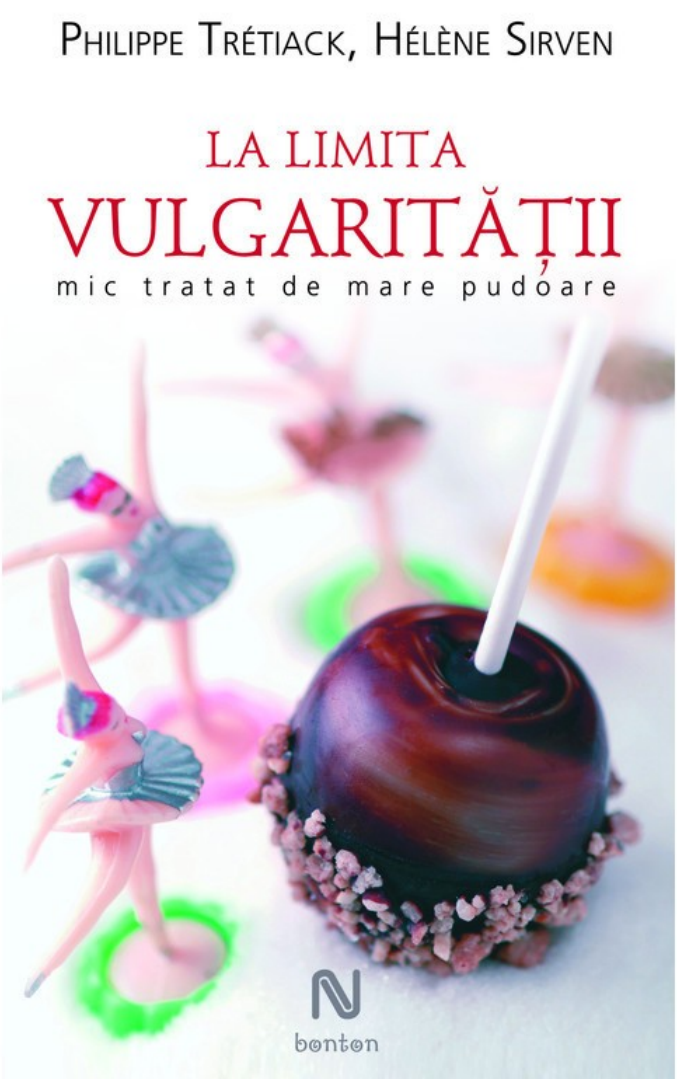

Philippe Trétiack
Hélène Sirven

La limita vulgarităţii.

Mic tratat de mare pudoare

(V.F)

Philippe Trétiack, Hélène Sirven
LIMITE VULGAIRE
© Éditions Stock.
2007

© Nemira.
2010
Coperta colecţiei:
Dana MOROIU
Corneliu ALEXANDRESCU

Redactor: Oana IONAŞCU
Tehnoredactor: Alexandru CSUKOR
Traducere din limba franceză
ALIN MIHĂILESCU

versiune finală

Hélène Sirven este conferenţiar universitar la Universitatea Paris-I şi specialistă în exotismul contemporan.

Philippe Trétiack este arhitect, scriitor şi reporter al revistei *Elle*. A semnat numeroase studii, eseuri şi monografii cu subiecte dintre cele mai variate, printre care: *Traité de l'agitation ordinaire* (1998), *L'Amérique de Warhol* (1997), *Cartier* (1998), *Faut-il pendre les architectes*? (2001), *Grave mode* (2003), *Oui, vous pouvez devenir journaliste en 45 minutes chrono* (2007), *Oui, vous pouvez devenir chinois en 45 minutes chrono* (2007, împreună cu Pierre Antilogus) sau *Megalomania* (2008).

O carte despre vulgaritate?

O-ho! Ai avea o grămadă de zis!

Anonim. Unanim.

Preliminarii – Valul seismic al vulgarităţii

Introducere
Vulgaritatea de sus în jos şi viceversa

Partea întâi
Aerul vulgarităţii

1. Pipitizarea mondială

Cât de mult să ne mai umilim ca să ajungem în topuri?

Iată vulgaritatea în stradă! Aleargă pe cai mari, iar frâiele se află în mâinile sale. Se răspândeşte peste lume un stil vestimentar rezervat până mai ieri Coastei de Azur, apanajul femeilor leneşe, coapte şi răscoapte la un soare feroce. Coasta-de-azurizarea planetară este în toi. Pământul se *pipitizează*. Suntem atacaţi de pipiţele Barbie. Un student la Drept în Paris, Simon F. de douăzeci şi unu de ani, e de părere că majoritatea suratelor lui sunt nişte fufe. „Nişte fete cu poşetuţă Dior, blugi băgaţi în cizme şi care mestecă gumă”. Iată realitatea: această explozie telescopică a blugilor şi a bijuteriei din aur, a prespălaţilor şi a părului blond, a sclipiciului, a strasului, a pielii bronzate pe fond de azur, pe scurt, a stilului de la Cannes, rezervat odinioară femeilor ceva mai coapte la minte, e de acum încolo şi apanajul adolescentelor şi al mamelor lor şi al mătuşilor lor… Nu s-a întâmplat la Rocher ca frumoasa şi glaciala Grace Kelly[1] s-o nască dintr-o pornire mediatică

1 *Grace Kelly (1929–1982), actriţă americană de film, s-a căsătorit cu Rainier al III-lea (1923–2005), prinţ de Monaco. Prinţesa Stéphanie, n.*

pe Stéphanie de Monaco, cea care a răscolit ca un uragan box-office-ul?

„Păzea! Sosesc pipiţele!”[2] titra ziarul *Libération*. Sau după cum spunea Catherine Comte, patroana de la Téva: „E tendinţa *girly* – un fenomen social care transpare în televiziune”. Rezultatul? Femeile de pe ecran au virat spre isterie, spre afectare şi păruială. Se înmulţesc emisiunile de genul *Ladies Night* de sâmbătă, la ora 23, unde fete alese la casting discută despre cunilingus sau despre ieşitul la agăţat pe Internet. Pe platoul acestei emisiuni toate fetele îşi asezonau propoziţiile cu „mânca-ţi-aş”: „Mânca-ţi-aş ce gagiu mişto!” Multiplicarea blondinelor de studio, neroade veritabile sau jucate la perfecţiune cum ştia să facă Fréderique Bel în chip de „păpuşa Dorothy”, curvă de ultimă speţă în emisiunea *Minute blonde* pe Canal +, este un semnal de alarmă. La fel şi paraşutele marseilleze, gagica de Nisa, arsă de soare, blonda falsă cu rădăcini capilare agresive şi tot naturalul contrafăcut care e pe val.

Odinioară, când vedeai o femeie suprasexuată, îngreunată de strasuri şi de bijuterii aurite, îţi ziceai: „Asta-i îmbrăcată de pe Sentier”[3]. La fel se spunea despre aşchenazii care se integrau în societatea franceză pe vremea când abia sosiseră sefarzii, proaspăt îmbogăţiţi şi parveniţi încă neasimilaţi. „Un nou Sentier”, sau în versiune reactualizată la *verité si je mens*![4] („Să mor dacă

1965, este mezina familiei. Le Rocher este litoralul stâncos pe care se află palatul regal (n. tr.).

2 *Suplimentul écran, sâmbătă, 10 iunie 2006.*

3 *Ça fait Sentier! – în lb. franceză, joc de cuvinte: pe de o parte sentier înseamnă „cale”, „potecă”, pe de alta, Sentier este o zonă din Paris în care se vând haine la preţuri minime şi care a constituit piatra de temelie în afacerea multor imigranţi evrei veniţi din Africa de Nord (n. red.).*

4 *Film francez apărut în 1987, sub regia lui Thomas Gilou, care prezintă povestea unui tânăr nevoit să pretindă că este mistic sefard pentru a o*

mint!”), exprima teama imigrantului recent, veşnicul alb mititel, înspăimântat la gândul că va fi înghiţit de ultimul val de sosiţi. Dar azi „poteca” a ajuns cât bulevardul. Este peste tot. Defilează ţanţoş. E *Dolce Vita* coborâtă pe alei.

Fenomenul este pe cale să se mondializeze. Chinezii înţoliţi şi curva argentiniană sunt din acelaşi aluat. „Văzut de pe Coasta de Est, Los Angeles-ul nu pare o capitală a modei. Pentru newyorkezi, californienii poartă blugi şi hanorac, haină din piele albă cu franjuri şi diamante false, adesea trening din velur, ochelari de soare imenşi, bronz artificial şi, dacă e vorba despre femei, piept de categorie grea înţepenit într-un *push-up* prea ridicat. Toată lumea are un aer de şaisprezece ani, mai puţin fata de şaisprezece ani, care pare de douăzeci şi şapte”[5], scrie Patricia Marx. Uniformizarea se produce prin nivelarea în jos atât la propriu, cât şi la figurat. „Graţie unui joc subtil pe tocuri înalte, continuă Patricia Marx, în L.A. toate femeile au o talie identică”.

Adolescenta de tip californian este, fără îndoială, cea care vorbeşte la telefon mestecând simultan gumă şi cu mâna cealaltă ocupată, ţinând o băutură energizantă *low fat*, *diet* şi mereu *oversized*.

Estetica periferiilor, cu rădăcini în cea a penitenciarului, cu pantaloni fără curea, căzuţi pe fese, într-o dezordine aproape religioasă, fermoarul promovat la rang de *streetwear*, pantofi fără şireturi, cu valorizarea găurii, fuziune a analului şi a celulei de detenţie din „curul lumii”, toate astea au dus la răsturnarea uzanţelor. Şicul a fost impregnat de şoc. Eleganţa şi-a trăit propria metamorfoză sub ochii noştri. Moda a coborât de pe podium şi s-a împânzit în versiunea cu talie joasă. Cuvântul „joasă” ajunge ca să ne dăm seama de efectul pervers al

---

cuceri pe fiica şefului (n. tr.).

5 *„To shop and drive in LA”, articol apărut în New Yorker, 20 martie 2006, p. 76.*

unei mode menite să tragă în jos codurile în vigoare până mai ieri. Dintr-odată s-a produs o etalare de burţi goale, de pântece îndopate, de chiloţi tanga expuşi, de scărpinat între fesele expuse şi impuse, de tatuaje.

DAR PRINTRE CÂTE BUTOAIE, CÂTE DAMIGENE, CÂŢI ŞUNCOŞI DE AMBELE SEXE ÎNTÂLNEŞTI ŞI O SILUETĂ DE VIS? DE ALTFEL, NU CUMVA CULMEA VULGARITĂŢII ESTE O „ŞUNCĂ ÎN MINIjUPĂ”? SE ÎNTREBA OLIVIER SAYARD, DIRECTOR AL MUZEULUI MODEI. „NEÎNŢELEGEREA CODURILOR ÎN VIGOARE DUCE LA CATASTROFĂ, LA INVERSUL EFECTULUI CĂUTAT. LA GREAŢĂ, NU LA SEDUCŢIE”. ASTA-I SITUAŢIA: OAMENII VULGARI SUNT ADESEA VICTIME. CHIAR ŞI CÂND EŞTI LA MODĂ POŢI SĂ AJUNGI „UN OBOSIT” ŞI UN RĂSUFLAT. E LEGEA CONFIRMATĂ DE ORICE MARŞ REVENDICATIV: CEI CARE DEFILEAZĂ ÎN FAŢĂ AU ÎNTOTDEAUNA AERUL CĂ SUNT MAI REUŞIŢI DECÂT CEI CARE MERG ÎN SPATE.

Înainte blugii elastici şi pantalonii mulaţi pe organe rămâneau rezervaţi câtorva figuri descalificate din start. Erau panoplia obosiţilor din Camargues, dornici să afişeze virilitatea, deşi toată lumea simţea că damful de sudoare li se trăgea de la parfum, nu de la muncă. Jacques Dutronc îi cânta deja în *Les Play-boy* pe aceşti indivizi „care muncesc precum castorii, nici cu mâinile, nici cu picioarele”. Marea împărţeală a reevaluat acest stil şi l-a dăruit claselor de mijloc. A fost de-ajuns alibiul eliberării trupurilor. Nu pe puţini porunca de a ne accepta condiţia i-a împins în rătăcirile estetice. „Mă scoate în evidenţă!”

Pe vreme geroasă, moda bocancilor îmblăniţi te transformă într-un ursuleţ de pluş moale şi greoi. O cucerire a modei e că permite victimelor să se comporte de bunăvoie în public aşa cum o fac în particular. Comoditate şi libertate! Spaţiul public, teritoriu al tuturor, s-a contaminat cu spaţiul intim al fiecăruia. „Camera mea pe

uliţa ta!” precum şi *CV-ul meu sub barba ta*.[6] Transgresare a limitei, disoluţie, impietare.

Ca o coincidenţă, slăbirea curelei de la pantaloni e acompaniată de o promovare considerabilă a cizmelor, iar cele care se poartă sunt ecoul celor ce urmează să apară. Alunecarea blugilor ultramulaţi, *stretch*, *slim*, în cizme tot mulate, desenate pe pulpă, alunecând pe glezne – iată rezultatul plebiscitului. Dar să îţi bagi blugii într-o pereche de cizme este vulgar în sensul că ele nu mai atrag privirea către glezne, ci către şolduri. Ele captivează privirea şi o mână către fese şi sex. În celebra fotografie a lui Yves Saint-Laurent pozând nud, purtând doar o pereche de ochelari, privirea lui atrăgea privirile. Vulgaritatea e pe bună dreptate o chestiune de privire şi de look. Întotdeauna cizmele trimit un pic cu gândul la grajduri, la şolduri, la bălegar. Cizmele sunt întotdeauna o invitaţie la o palmă peste fese, cu tupeu şi dând frâu liber vulgarităţii, o invitaţie la sodomie: „Vrei poponeţ?” La anumite latitudini, unde ochelarii de soare – un alt accesoriu – sunt indispensabili (în Chile, Argentina, sau chiar în Polonia), cizmele trimit de data aceasta la lovitura de stat militară, la puci, la pumn de fier, la sadism. Trupul e redus în felul acesta la ce are mai strident, e destituit, adică instrumentalizat. E reificat, transformat într-un obiect de consum. Acesta este scopul căutat şi e legitim, dar este vulgar fiindcă astfel se expune corpul delict. Vulgaritatea se învecinează cu delincvenţa, cu o încălcare a bunelor moravuri colective pasibilă de sancţiune. Moda e crudă chiar din această cauză. Fiindcă dacă cizmele scumpe produc o schimbare, deturnând privirea dinspre şolduri către preţul încălţămintei şi al celei care-o poartă, cizmele de proastă calitate, din plastic, din vinilin, accentuează efectul instinctului de turmă al „victimei *fashion*”. În loc să îşi afirme stilul, femeia fără prea multe resurse materiale e

6 *Mon CV dans ta gueulle de Alain Wegscheider, J’ai lu, Paris, 2002.*

mai degrabă redusă la maimuţărirea revistelor. Şi ştim ce înseamnă o imitaţie. După cum amintea Michel Serres în discursul de primire a lui René Girard în Academia Franceză, mimarea caracterizează omul. În acest sens el este superior maimuţei, iar societatea noastră valorizează mai degrabă ceea ce e reproductibil decât ceea ce este singular. Vrem cu toţii să fim singulari fiind la fel cu toţii. Dar maimuţărirea ţine de animalitate. „Vulgarul este ceea ce capitulează în faţa necesităţii.”[7] La 1783, Buffon considera vulgar ceea ce relevă caracteristicile comune speciei „fără nicio altă trăsătură particulară”. Aşa cum un şofer irascibil este vulgar fiindcă îşi pierde controlul nervilor (şi adesea şi pe acela al vehiculului), la fel şi victima fashion este vulgară prin pierderea controlului asupra dorinţelor şi opţiunilor sale. Se simte depăşită.

GRĂSANUL CU BUST GREOI CARE NU VEDE CĂ E OBEZ, BONDOACA NUMAI ŞUNCI, CA UN BUTOI CARE SE CĂZNEŞTE ÎN CIUDA A ORICE SĂ FIE MULATĂ, SĂ SE DEZGOLEASCĂ, SĂ SE AFIŞEZE… CE JALNICI SUNT! EI SUNT VICTIMELE MODEI; MODA… PATIMĂ GREA! SĂ TE ÎNŞELI ASUPRA UNUI LUCRU PE CARE NIMENI NU-L ŞTIE – IATĂ EROAREA RAŢIUNII; SĂ TE ÎNŞELI ASUPRA A CE TOATĂ LUMEA ŞTIE – IATĂ EROAREA PASIUNII. TOATE CUPLURILE NEPOTRIVITE, TOŢI AMANŢII CARE ŢIN CU DINŢII UNUL DE CELĂLALT CÂND ÎNTREGUL LOR ANTURAJ ŞI-A DAT SEAMA CĂ ŞANDRAMAUA SE VA NĂRUI, TOŢI DE FELUL ACESTA SUNT VICTIME ALE UNEI ERORI A PASIUNII. LA FEL E ŞI CU CEL PROST ÎMBRĂCAT. AŞA PUTEM ÎNŢELEGE MAI BINE DE CE FEMEILE, UNEORI ŞI BĂRBAŢII, SUNT ÎNNEBUNITE DUPĂ PANTOFI. FIE CĂ EŞTI BULIMICĂ, FILIFORMĂ, ADIPOASĂ, USCATĂ, FĂRĂ VLAGĂ SAU ŞCHIOAPĂ, PUŢIN LE PASĂ ÎNCĂLŢĂRILOR DE ASTA. ELE TAC

7 *Pierre Bourdieu, La Distinction, critique sociale du jugement, op. cit., p. 59.*

MÂLC. PRIVINDU-ŢI PICIOARELE UIŢI DE TRUP. PANTOFUL, PAPUCUL, SANDAUA SUNT OARECUM NIŞTE NARCOTICE. DAR NU VEZI CĂ O CIZMULIŢĂ PREA ASCUŢITĂ TE-AR PUTEA FACE ŢINTA BATJOCURII SAU CĂ, PE CĂLDURĂ MARE, SĂNDĂLUŢELE SUBŢIRI, ECOU AL BLUGILOR FRANJURAŢI CU TALIE JOASĂ, SE ASEAMĂNĂ MAI DEGRABĂ CU UN FEL DE TANGA PENTRU DEGETE DECÂT CU UN „PANTOF CU GĂURI”, CUM SE SPUNE ÎN CREOLA DIN REUNION.

La un moment dat Educaţia Naţională a fost zguduită de problema de a accepta sau a interzice liceenelor să-şi afişeze pe sub blugi chiloţii tanga. Părinţii au început să se impacienteze că odraslele lor încă necoapte se afundă în această lume a exhibiţionismului şic. Trebuie să recunoaştem că ceea ce era până mai ieri rezervat indivizilor vulgari, la limita târfei de ambele sexe, a devenit un element determinant al întregii garderobe. Normal. Cu cât ţesătura pantalonului e mai mulată, mai *stretch*, cu atât mai mult se cere să se poarte tanga, altfel slipul şi-ar afişa urmele sale inestetice. Deşi e popular, tanga rămâne o limită. O tânără care voia să destindă atmosfera la un dineu monden l-a rebotezat, sub ochii noştri, „taie-găinaţ”. Tanga e un cal troian care forţează hotarele acceptabilului. Cine joacă pe cartea tanga întinde o coardă care, se ştie, este subţire! De altfel, nu spune vechea zicală: „Nu întinde prea mult coarda că se rupe”?

MODA ESTE DICTATORIALĂ. TOŢI SE PLIAZĂ CONŞTIENT SAU NU PE EA. ÎNTR-O CLIPITĂ TOATĂ LUMEA ŞI-A TRAS ACEEAŞI VESTĂ MILITARĂ LUATĂ DE LA REDUCERI, BLUGI CU TALIE JOASĂ ŞI ADIDAŞI DE FIRMĂ. VULGARITATEA INSTINCTULUI DE TURMĂ. A AVUT MARE SUCCES ANECDOTA MOSCOVITĂ ÎN CARE DOI RUŞI ÎNŢOLIŢI CU ACEEAŞI CĂMAŞĂ VERSACE SE INTERSECTEAZĂ LA PARIS:

— Cum, Igor, şi tu ai cămaşă Versace?

— Bineînţeles, Ivane! Şi am dat pe ea şapte sute de dolari!

— Măi, da’ prost mai eşti! Trebuia să-mi zici! Ştiu un butic unde o găseşti la nouă sute de dolari!”

Dar ne înşelăm, fiindcă procedeul e acelaşi peste tot. Contează să ai haina. Atât în Marais la Paris, cât şi la Moscova.

Multiplicarea ţoalelor *new-look*, de tipul H & M şi Zara, masificarea, copia au dat putere propagării stilului vulgar. Astăzi, la preţ mic, poţi să rişti haine de un tupeu dezastruos – nu vor sta în şifonier sau pe tine mai mult de o lună-două. Tendinţa aceasta comercială este propice întreţăierii stilurilor, debordărilor pasagere cât mai diversificate. Vorba aceea: „La preţul acesta ar fi păcat să nu profit!”

„Ce noroc că există clienţii Zara ca să-mi cumpere creaţiile!” spune Marc Jacobs, creatorul titrat al Casei Dior. La preţ mic, în versiune *trash*, vulgarizarea şi vulgaritatea se însoţesc ferice. Sunt cuplul anului.

Neovulgari

Aşa cum există „neoreacţionari”, dacă ar fi să-i credem pe „unii” de la *Observateur* şi *Libération*, ar exista acum şi neovulgari. Ce îi caracterizează? O capacitate nouă de a jongla cu elementele garderobelor lor, subtilitatea în a scoate până la refuz din pălărie tot ce poate aprinde fitilul unui scandal monstru. Fiindcă dacă este uşor să te descalifici afişând un tanga sub pantalonii de piele, este nevoie de mai multă prestidigitaţie pentru a fărâma tabuurile cu un ceas scump, cu pantofi Roger Vivier. Spre deosebire de vulgaritatea – fiică a sărăciei sociale, cea a curentului neovulgar este rodul investiţiilor financiare grele, al rafinamentului selecţiei, al gustului întotdeauna sigur.

Ceasurile au devenit accesorii în aceeaşi măsură ca şi „brăţările” de picior. Nici şevaliera, nici lănţucul care cuprinde glezna nu au făcut niciodată mare vâlvă. Este o bijuterie gen paciuli, stilul neosclav trâmbiţat. De un alt calibru sunt însă piesele cu pietre încrustate, *J12 model Cartier* cu brăţară de titan şi mai ales modelele pe care nu le găseşti decât în magazinele ultraluxoase din holurile hotelurilor din Moscova, Dubai sau Shanghai. Modelul *Presidential Collection 6 Time Zones Icelink* are nu mai puţin de şase cadrane, puternic încrustate cu diamante, maniac de excesiv, imposibil să-l alegi! Şi totuşi… Pe spatele revistei *Paris-Match* o reclamă laudă un ceas de aceeaşi teapă marca Chopard, o referinţă la limita vulgarului pentru giuvaiergiii profesionişti. Numai sclipici şi împopoţonare. Ţi se atrage atenţia că marile case din piaţa Vendôme din Paris angajează tinere a căror misiune este să „împodobească” starurile. Înarmate cu o gardă de corp ies la vânat la festivaluri, saloane şi petreceri implorându-le pe Sharon Stone, Gong Li şi alte dive să binevoiască a-şi orna busturile şi încheieturile cu râuri de diamante. *Diamonds are a girl’s best friends* după cum ştim cu toţii. Vulgaritate la vârfuri – fizic şi social.

„Trebuie să distingem femeia vulgară de curvă. Vulgaritatea ţine de latura intelectuală, curvia – de cea fizică. O femeie poate părea vulgară fără să fie. Curva nu este vulgară. De fapt nu am mai văzut de mult timp o femeie vulgară pe la Bon Marché”, spune Nathalie Samson-Friedlander de la Brand Bazar. „Vulgaritatea e dezgustătoare. Or, o femeie este arareori vulgară, şi dacă ar fi tot te-ar impresiona. Nu şi un bărbat. Târfele de pe strada Blondel te întristează, în timp ce Jean-Marie Bigard te dezgustă”. De altfel curva e considerată drept o categorie cu totul aparte de către centrele de vânzări şi marile magazine. Fără să implice o judecată de valoare. Este tocmai una din categoriile datului în spectacol.

Categoria „curvă” înseamnă „strâns pe cur”, Roberto Cavalli, D & G. Curva înseamnă ceva la vedere, dar nu cu măsură! Curva e agresivă, are un zâmbet carnasier, este de o vulgaritate animală, chiar arţăgoasă. Şi bărbaţii au latura lor de curvă. În negativ. Este stilul *total black look*, masculul faţă-tristă cu calviţie, stilul petrecăreţ cu figura toată numai riduri de expresie, adevărat penis ambulant, sexualitate de stadion versiunea Barthez, fotbalistul ras în cap. O afirmare a ţestosteronului lugubru. Sexul neotrist, negativ.

Unii preferă lejerul, alţii stilul greoi. Fetişcanele împovărate sub greutatea ciocatelor, înjurând ca un birjar, par îmbătrânite prematur. Într-o societate ce-şi revendică junimismul, astfel de fete fac disonanţă. Atitudinea lor destrămată duce parcă şi la descompunerea trupurilor. În travestirea lor este ceva morbid, iar moartea aceasta pe care o exhibă le face vrând-nevrând vulgare. Sunt gotice… dar ce colorate!

Trupuri

Nathalie Samson-Friedlander şi-a făcut un laborator din Brand Bazar, magazinul ei superbranşat. De acolo observă tendinţele la a căror impunere contribuie şi ea: „Acum şase ani, fetele erau şic: tocuri joase, rochie sau haină lungă, maronie, neagră sau bleumarin. Între timp au devenit cărnoase… Chirurgia estetică e leagănul neovulgarităţii”.

DEOARECE AI NEVOIE DE BANI PENTRU REFACERE, DEOARECE SE MĂSOARĂ ÎN RUBLE, DOLARI, EURO ŞI DINARI, PRECUM ŞI ÎN NOPŢI DE CICATRIZARE, CHIRURGIA PLASTICĂ ŞI-A GĂSIT LOCUL ÎN INIMA NEOVULGARITĂŢII GENERALE. CU EA, CONFUZIA DEVINE DE NETĂGĂDUIT. CÂTĂ ÎNŞELĂTORIE ASUPRA VÂRSTEI, A FRĂGEZIMII CĂRNII,

A ALURII, A „MĂRFII”! CHIRURGIA E O ARMĂ CU DOUĂ TĂIŞURI. VULGARITATEA FALSITĂŢII ÎNTĂREŞTE VULGARITATEA COMPROMITERII. SĂ AFIŞEZI UN GÂT ÎNCREŢIT, SÂNI LĂSAŢI, CELULITĂ SAU FALDURI DE ŞUNCĂ – IATĂ CE FACE SĂ PĂLEASCĂ BUNUL-GUST ŞI CONVENIENŢELE.[8] FIREŞTE, UN ESTET DECADENT ÎNCĂ AR MAI PUTEA SĂ GĂSEASCĂ MĂREŢIE ÎN RĂSCOLIREA TRUPULUI, AM MAI PUTEA COCOLOŞI MELANCOLIA LUI ROMANTICĂ, NUMAI CĂ OPINIA GENERALĂ SOLICITĂ CONCETĂŢENI CU O OARECARE ŢINUTĂ. DACĂ VOM CĂDEA DE ACORD CĂ FARMECUL VIEŢII ŢINE DE INCERTITUDINEA EI, CHIRURGIA ESTETICĂ O CORUPE TOCMAI PE ACEASTA PRIN VIOLENŢĂ, PENTRU CĂ NEAGĂ RIDURILE VREMII SAU LE SUBLINIAZĂ – OH! ŞI ÎNCĂ CUM ATUNCI CÂND E DE PROASTĂ calitate!

Aici e miezul problemei. Chirurgia estetică e vulgară prin aceea că îşi dă arama pe faţă în caz de eşec. Întreaga intenţie iese la iveală, îţi sare în ochi. Buzele debordând de colagen de parcă au fost umflate cu heliu, faţa aproape tumefiată, un gât pătat ca un fruct uitat la marginea ferestrei – cu aşa ceva nu poţi să seduci. Să rezumăm: o femeie drăguţă care s-a înnoit şi despre care nimeni nu ştie ce parte şi-a refăcut rămâne o femeie drăguţă. Dar o aceeaşi femeie a cărei reciclare vădită spune totul despre termenul ei de expirare, prost mascat de tăieturile bisturiului? Este vulgară, dincolo de sentimentul de repulsie pe care ni-l inspiră trucajul, ba chiar dincolo de anatema pe care o aruncăm asupra capcanei. E ceva diabolic în această înşelătorie.

Doamnelor şi domnilor, dacă trişaţi nu vă lăsaţi niciodată prinşi!

Vulgaritatea femeilor supuse liftingului provine din

8 *Asta până acolo încât unii jurnalişti s-au crezut obligaţi să suprime colacii de grăsime de pe burta preşedintelui Nicolas Sarkozy!*

uniformitatea feţelor lor. Buze cărnoase umflate ţeapăn care mătură orice expresie. Gură de păpuşă gonflabilă. Trup plastificat prin chirurgie plastică, trup care pare o bucată de jambon pe galantar. Un trup care devine oximoron (*one more*). Şi care este supus în acelaşi timp unei suprimări de cărnuri dintr-o parte (talie, şold) şi unei augmentări într-altă parte, a sânilor şi feselor. „Eşti superbă, dar dacă vrei să fim împreună trebuie să-ţi refaci sânii” decretează un june imberb gata de orice pentru a asigura fericirea fetei după care tânjeşte. Se caută anorexicele cu piept bombat. Trupuri şi feţe comune, femei comune, aproape puse la comun, interşanjabile… un pic curve de fapt? Aşadar vulgare conform etimologiei. Lipovulgare.

Goana după supervulpoaice, după pieptul atomic, după sânii *magnum* identici cu perechea pe care o afişa Lolo Ferrari[9] până la tragica ei moarte, şi-ar putea primi o umbră de explicaţie în generalizarea aberantă a pulsiunii scopice[10] freudiene. În felul acesta se reînnoadă legătura cu era animală în care oamenii în patru labe se adulmecau. Freud susţine că era nevoie ca auzul să cedeze văzului poziţia sa de simţ principal pentru ca făptura să se ridice, să-şi folosească mâinile, să-i permită creierului să se dezvolte. Se mai ştie şi că, odată ce organele sexuale au devenit vizibile, omul a trebuit să le protejeze, iar umanitatea a descoperit în felul acesta pudoarea şi, în consecinţă, erotismul. Teza care face din sâni un popou, o pereche de fese cu sutien, îşi găseşte locul, prin enormitatea ei, în câmpul vulgarităţii sexuale.

Am trecut din epoca vestigiilor în cea a cicatricilor. Uităm istoria, ne debarasăm de filiaţie, defrişăm arborele genealogic, ne tatuăm. Limitele stau în puterea noastră. Chiar şi limitele sunt superficiale. Piercingul a devenit un

9 *Actriţă porno, socotită femeia cu cei mai mari sâni din lume (n. tr.).*

10 *Nevoia irezistibilă de a privi (n. tr.).*

accesoriu intim, brandingul (marcatul cu fier roşu) s-a personalizat. Fireşte, moda brandingului e cu efect întârziat. Această practică extremă nu i-a sedus decât pe câţiva esteţi gotici sado-masochişti, pe când tatuajul a cucerit masele: un fluture pe antebraţ, în dreptul şalelor, semne cabalistice ici-colo. Departe de a fi dispărut, dedicaţia „A lui Jean, pe viaţă" s-a transformat în semn de piraterie urbană. Tatuajul a devenit accesoriu al şoferului de autobuz, al pompierului, al poştaşului. E tot mai popular. Ca şi bentiţa, devenită acum marca „fraierului" sub ascuţişul de creion al desenatorului Cabu[11], tatuajul desemnează şi masificarea unui act rebel deunăzi, astăzi prăfuit. Tatuajul nu se potriveşte oricui. Ca şi minijupa sau blugii cu talie joasă, ca machiajul permanent al buzei superioare, tatuaj foarte căutat, bunăoară, la libanezi. Ah, libanezii! Când May Chidiac, jurnalistă de la televiziunea MBC, a venit în Franţa să-şi promoveze autobiografia *Le ciel în attendra*[12], toată lumea a crezut că faţa ei cu buzele umflate avea drept cauză abominabilul atentat a cărui victimă fusese. Dar nu. Explozivul declanşat de la distanţă îi smulsese un picior, un braţ, i-a perforat un timpan şi i-a produs nenumărate suferinţe, însă faţa ei era ca a tuturor suratelor, cea a unei Beirutiene fericite, grijulie să-şi multiplice şarmul. Da, chiar aşa.

Artificialul n-are o reputaţie prea bună. Asta cu atât mai mult cu cât visul ecologic, năzuinţa după natură, devine consubstanţial utopiei actuale. Toată falsitatea măcelăriei medicale poartă semnul artificialului, al minciunii şi, pe lângă asta, al periculozităţii produselor cu care ne injectăm. Să îţi refaci sânii, fesele, pometii, să-ţi incizezi o gropiţă în obraji, să-ţi alungeşti penisul (chestia asta trebuie să existe de vreme ce suntem invitaţi de atâtea *spam*-uri *Enlarge your penis*) – iată ceea ce am

11 *Jean Cabu, caricaturist francez contemporan (n. tr.).*

12 *Éditions Florent Massot, 2007.*

putea plăti într-o bună zi cu un cancer frumos, cu o minunată tumoare proliferantă. Cine-şi modifică trupul pe bani face întotdeauna pactul cu diavolul. Tehnologii noi, dar vechi diabolizări – un mit al alchimistului care durează în imaginarul bătrânilor tineri.

Culturiştii dau dovada unui cult al papionului. Atunci când îşi umflă braţele şi umerii cu tracţiuni, pompe şi cricuri de fontă, ei îşi imaginează că sunt nişte omizi metamorfozate în fluturi-sfinx, în monarhi, în hesperide, în bombyx stil *Terminator*... De altfel ei se exersează pe un instrument de tortură numit *Butterfly* („fluture"), iar mişcarea pe care o repetă e similară bătăilor din aripi. Trupul unui culturist îţi provoacă zâmbete. E supradimensionat, pare să adauge bustului ceea ce fură de la picioare, care brusc se scurtează, se strâmbă. Există în silueta lui o vulgaritate care flirtează cu Neanderthalul. Omul de piatră este ecoul omului pădurii. E uşor de ghicit că toţi coloşii trebuie să se îndoape cu substanţe chimice îndoielnice pentru a evita ca abdominalii, pectoralii, bicepşii şi tricepşii să se preschimbe într-o bună zi în grăsime... un ecou rânced al unturii cu care îşi ung trupurile pentru a străluci sub *sunlight* sau pentru a sfida podiumurile. Iar femeile, culturistele, s-au dat şi ele la papion.

Intelectualii nu fac atâtea eforturi. Cu toate astea trişează şi ei. Modificându-şi prea mult trupul se întâmplă să se dezasorteze cu ei înşişi atunci când, de exemplu, caută să-şi camufleze ramolismentul cu vopsea de păr. Personalităţile mediatice cărora le poţi ghici ninsoarea părului, urmare a marii lor opere, dacă nu cumva a vârstei înaintate, renasc dintr-odată cu un *look* înnoit, relăcuit. Jacques Julliard, Alain Souchon defilează în felul acesta sub reflectoarele care nu iartă nimic, aureolaţi de o cască bătând spre castaniu, spre acaju. „Alain Souchon – ăsta-i roşcat", rezuma Marion Ruggieri, jurnalista revistei *Elle*.

Şi aşa este. E aici o vulgaritate a intervenţiei care dă rateu şi nu se mai poate ascunde, e dezastrul unei tentative care, voind să şteargă decrepitudinea, o subliniază şi o exhibă. Într-un fel e o spoire a faţadei, un machiaj pietrificat sau, ca să zic aşa, un efect necontrolat de ruină.

Accesorii

Detaliu în care se cuibăreşte diavolul – *Diavolul care se îmbracă la Prada*[13] – detaliu care te poate distruge, *erorile de modă* sunt micul truc „la limită”, o scăpare… o greşeală mereu ameninţătoare.

Şicul italian a fost întotdeauna la limita vulgarităţii. Dezinvoltura adepţilor săi, fineţea ţesăturilor milaneze, supleţea pieilor de *Vila della Spiga*, înclinaţia pentru picioarele goale băgate în mocasini din piele de viţel, cămaşa descheiată şi frizura gen BHL[14] *dolce vita*, pe scurt, toată această neglijenţă „romană” poate să sune a gol, să transforme sclipiciul în fier vechi. Aşa arată tinereţea spoită şi găunoasă. Şicul englezesc, numai *tweed* şi derby[15], talpă groasă, cusută, din cauciuc, pulover pe gât din caşmir, nu este scutit nici el de vulgaritate. S-ar vrea îmbrăcăminte *club*, dar e un vacs. Philippe Noiret a fost modelul falsului şic, o înscenare de mare clasă, cu alură mereu vag ecvestră. Când ai ca orizont unic al eleganţei reviste ca defuncta *Vogue Homme* rătăceşti în parodie. Frizezi ridicolul atunci când spoiala e de împrumut, când adoptarea codurilor vestimentare „selecte” îl denunţă pe parvenit. Iar populaţia e răzbunătoare şi îi place să strivească burghezul care-i aduce binefaceri. Nu, drăguţă, nostalgia Vechiului Regim nu justifică orice! Să fii la patru

13 *Film de comedie în regia lui David Frankel, cu Meryl Streep şi Anne Hathaway în rolurile principale (n. tr.).*

14 *Bernard-Henri Lévy, celebru scriitor şi regizor francez (n. tr.).*

15 *Tweed – stofă cu picăţele şi derby – melon (n. tr.).*

ace, cu pantofi de lac – iată ce îţi va încurca sigur socotelile! Cine nu-şi aduce aminte de papucii Berluti ai exministrului Roland Dumas? Erau într-adevăr ceva vulgar. Nişte chestii cu talpă subţire, decadente. Ţeapăn precum un far breton, exagerat de strâns în costumele lui în carouri, arborând un stil de *yachtman* seria B, şi Jean-Marie Le Pen a căzut în meteahna acelui arogant „îmbrăcat aşa cum trebuie”. Este vulgar să pui pe tine ţinuta de serviciu atunci când nu te duci acolo sau să fii un fals aristocrat, un marinar de apă dulce, un intelectual contrafăcut.

De-a lungul anilor de studenţie, profesorii noştri universitari se fuduleau în costume furate de la clasa muncitoare, în haine de tâmplar din velur şi cu guler tip Mao. Pierre Bourdieu, François Châtelet, Paul Virilio şi alţii apreciau albastrul salopetelor. Sigur, salopeta tip şef de şantier sau jacheta comunardă nu au dus niciodată la vulgaritate, exceptând cazul când au fost purtate de un VIP la *Castel*. Totuşi şicul muncitoresc şi-a pierdut din mândrie, iar vulgaritatea constă aici în perpetuarea unui gen răsuflat. În a se pretinde „ca şi cum”. Inautenticul este vulgar, fiindcă şi aici se dă drept ceea ce este, adică o tentativă. Într-un film cu dialogul scris de către Michel Audiard, după ce şi-a lăudat costumul „care-i vine ca turnat”, actorul Maurice Biraud observă un cumpărător ponosit şi îl întreabă cu tristeţe despre haină: „Nu cumva e o stofă în carouri care bate spre nuanţa de zmeură?” Altă dată şicului italienesc, şicului englezesc le răspundea şicul franţuzesc, acel „şic mic la preţ mic” care făcea renumele lumii pariziene. Cine ia metroul constată că supravieţuieşte, dar ameninţat de asfixiere.

Din momentul în care accesoriul a devenit indispensabil şi a fost instituit ca ultim răcnet al modei, de când ochelarii care erau ceva funcţional au ajuns acum bijuterii pe care le schimbi, pe care le asortezi cu coafura,

cu garderoba, s-a răspândit obsedant riscul erorii funeste. Montura ochelarilor marca CD, D & G sau CC, de exemplu, în varianta XL care îţi devorează faţa, e omniprezentă pe nasul rusoaicelor, ca şi al libanezelor, tot mai stridente, tot mai „străsuite”. Ei bine, trădătorul care te dă în vileag este chiar accesoriul.

Iată cum analizează revista *Elle* din 21 mai 2007[16] *erorile de modă* ale lui Britney Spears, fotografiată într-o ţinută foarte discutabilă: şapcă Van Dutch „de pe vremuri”, ochelari de libelulă „prea nasoli”, poşetă mini-mini într-o epocă a maxibag-ului – inadecvare gravă. Tenişi cu tălpi îngroşate, şosete de fotbalist care aplatizează silueta, şort căptuşit şi dantelat special pentru a face „scandal”, maiou imprimat cu apus de soare la Malibu, anii ’80, şi pandantiv „pistolet”. Pe scurt – moda totală sau „moda sinucigaşă”, cum o rezuma cu vervă jurnalista Sophie Gachet.

OBSESIA PENTRU ACESTE ELEMENTE CARE RUP GURA TÂRGULUI, CARE TE TRANSFORMĂ ÎN VICTIMA TUTUROR PRIVIRILOR, ESTE REVELATOARE PENTRU ACEASTĂ NEVOIE CRESCÂNDĂ DE DEZGOLIRE, DE DESPUIERE PE FONDUL SUPRALICITĂRII BRELOCURILOR. TE DEZBRACI ŞI APOI TE PUI ÎN AMBALAJ. CADOU LA PACHET CU FUNDIŢĂ. MODA MULTIETAJATĂ ARE ÎN EA CEVA DE SPERIETOARE DE CIORI. TOTUL ÎŢI STĂ ATÂRNAT.

În absenţa pălăriei, căzută în desuetudine – cu excepţia formei sale simplificate de panama de mâna a doua –, casca de motociclist, de exemplu, a devenit ea însăşi o veritabilă sursă de prost-gust. Decalcomaniile, imprimeurile, exploziile de galben, albastru, roşu… se întrec în picăţele, în scântei, în vibrato-uri. Stilul „Joe Bar”, după numele personajului de desen animat creat de Christian Debarre şi Stéphane Deteindre, condensează într-o deriziune de gradul al doilea întreaga mitologie a

16 *P. 20.*

pielăriei, a bluzei, a uleiului şi a bitumului. Trebuie să pricepi, dacă putem spune aşa, dintr-o simplă privire cauciucul ars, asfaltul supraîncălzit, să auzi cum se izbesc chiulasele. Să iei curba în viteză. Trebuie să dispreţuieşti trupul, să treci cu „motorul” în trombă pe lângă moarte. După mine, potopul… direct în mormânt, pe mulţi cai-putere.

Şosete

Punctul de echilibru, contragreutatea căştii de motociclist e şoseta care alunecă pe cealaltă extremitate a personajului. Atenţie, aici vă paşte un grav pericol! Albă, cu motive, ea descalifică ditamai omul, îl ridiculizează. Iată o gogomănie regretabilă: nişte glezne care arborează pe sub costum un Mickey Mouse galben-ţipător. Un soţ poate plăti scump înclinaţia care îl face să îmbrace o şosetă „fun” dăruită de nevasta lui, din aceeaşi gamă cu izmenele. Să nu încetăm niciodată să privim cu neîncredere cadourile făcute „ca să râdem”. Toţi Titi, Milu, Simpsonii, Fritz Motanul, Bunny versiunea Disney, Bunny versiunea Playboy vă pot cantona într-un registru salarial anemic. Să îţi expui viaţa privată în cadrul formatat al unei emisiuni de televiziune conduse de Mireille Dumas *is a must*, dar să-ţi exhibi fragilitatea ca logodnic, ca amant, prin ceea ce lasă să se întrevadă un pantalon ceva cam scurt este o greşeală imensă. La fel şi în cazul cravatelor. Cele cu imprimeuri gen dolar, porc, fată goală, smiley… sunt de pus în dulap.

EA SPUNE: „DACĂ UN TIP SE DEZBRACĂ ŞI VĂD CĂ POARTĂ ŞOSETE DE TENIS, NU MĂ CULC CU EL”. REZULTATUL? E NEMĂRITATĂ.

Pantofi

Pe strada Château-d’ Eau, lângă poarta Saint-Dénis din Paris, se găsea odinioară un magazin de încălţăminte în a cărui vitrină puteai „admira” pantofi de damă cu tocuri ascuţite vertiginos sau cizmuliţe interminabile, vădindu-se cărei specii îi făcea cu ochiul. Era magazinul „Ernest” ce aproviziona prostituatele de cartier care mişunau în epocă. Veritabile zigurate ale labei piciorului, aceste opere de artă periclitau urcatul pe scările întortocheate ale hotelurilor din zonă şi pe clientul care ducea trena. La Salonul erotismului de la Bourget – vai ce loc deprimant! – standurile vânzătorilor ofereau mari reduceri de preţ la cizmuliţe – treizeci şi nouă de euro perechea – neuitând să-şi subjuge clientele cu reclama „Colecţie nouă”. Pentru un amator, adică neprofesionistul şi nu clientul bordelului, era destul de greu să afle prin ce difereau cizmele din 2007 de strămoaşele lor din anii ’80. Mulată periculos, o cizmă lungă rămâne o cizmă, dar scopul ei este întotdeauna să atragă privirea asupra a ceea ce stă deasupra ei, asupra nadei aşezate oarecum pe cârlig.

Centuri

„Într-o zi, spune un personaj al desenatorului Gilbert, veţi purta un pantalon cu talia atât de înaltă, încât va trebui să vă legaţi cureaua în jurul gâtului şi veţi sfârşi prin a vă strangula, în timp ce locuitorii din zonă vor ridica o statuie întru slăvirea centurii”. Centura a căpătat importanţă, la fel ca şi ochelarii. Astăzi e un accesoriu privilegiat. Mai întâi alternativă la bretele, i-a crescut apoi o cataramă, după care a început să strângă din talie astfel încât a devenit substitutul corsetului. Centura se poartă fie strânsă, fie desfăcută lejer şi atârnată. Ieri simbol al stăpânirii de sine spartane, sado-maso sau militare, centura a devenit sinonimul nonşalanţei.

Câini

Iată-l! E accesoriul viu! Chelălăind, defecând, curgându-i balele, trăgând vânturi, excitându-se, frecându-se, cățărându-se pe piciorul unuia sau altuia! E cel mai vulgar şi fără îndoială cel mai împopoţonat, e cel la care ne uităm cu o privire pe care îndeobşte o datorăm moştenitorilor, copiilor. Desigur, există şi potaia de curte, câinele portarului, dar şi basetul, chihuhaua pe care îl acoperim cu mângâieri, care se scapă pe mochetă. Fără să mai vorbim de voliere, colivii cu canari, acvarii, panere cu pisici, aşternuturi de paie şi cuşti.

În anii renaşterii ruseşti, când Uniunea Sovietică, deşi prăbuşită, îşi etala pe bulevarde noile averi, vedeai plimbându-se prin Moscova cetăţeni agăţaţi de ciobăneşti danezi, de ogari, de câini de rasă de talie mare, înfulecători de carne crudă. În timp ce populaţia se vedea brusc privată de subţirea asistenţă socialistă şi îşi trăia ruina absolută, bogătaşii îşi afişau animalele de concurs ca tot atâtea dovezi ale veniturilor lor mirobolante.

Animalul de companie îşi poartă vulgaritatea în spate precum o ţestoasă carapacea, fiindcă el exprimă cel puţin două eşuări ale trupului: imposibilitatea de a evita dejecţiile, flatulenţele (şi există specii de animale care îşi fac o plăcere să ne exhibe anusul şi organele genitale) şi apoi imposibilitatea fiinţei celei mai însingurate de a renunţa la iubirea de aproapele său, la efuziunea sentimentelor, la sărutat, la îmbrăţişare, la senzualitatea exprimată public. Cel mai rău nu este chiar faptul că fiecare se face că nu ar fi văzut nimic, ca şi cum nu l-ar deranja acest cuplu „rău asortat” care îndrăzneşte să exprime în public o sexualitate contra naturii? Fiindcă la urma urmei cât de mult îşi pot pierde ruşinea aceşti proprietari de câini, de pisici, de papagali?

Există în animal o parte din sexualitatea stăpânului, care se exhibă şi se destinde, fiindcă însoţitorul acesta, în orice caz, este prea personal. Îl ţeseli, îi „dai suzetă”. Bunul câine al ciobanului, boul, vaca pe tăpşanul lor nu deranjează pe nimeni, nu aduc ruşine, umilinţă, pe când câinele de rasă, setterul, levrierul, canişul, de la care ne aşteptăm să se comporte ca nişte gentlemeni, dimpotrivă, îşi etalează dorinţele carnale pe covor. Sterilizarea toarnă şi ea gaz pe foc, generând şi răspândind indispoziţia obsesivilor care se spală pe mâini fără încetare. Nevroză fără efect, datoria iniţială a umanităţii devine un paravan.

Cât despre animalele ieşite din comun, din afara concursului, boa, salamandra, jderul, cameleonul… o scot mai bine la capăt. Dacă un câine este vulgar, crocodilul nu este, decât în versiunea poşetă. Nici pitonul, decât făcut papuci. Pielea moartă fluturând în aer e revanşa prefabricată contra naturii injurioase.

Gadgeturi şi insigne

Un emigrant din Est, care făcuse avere cu bibelouri, nasturi, fermoare Éclair, avea obiceiul să rostească formula extatică următoare, cu un puternic accent: „Sunt deja milionar, taică; slavă bunului Dumnezeu că a inventat insigna!” La vârsta pensionării, brusc averea lui se înmulţise datorită modei care cucerise peste noapte legiuni întregi de băieţi de cafenea. Puteai vedea cum înfloresc pe vestele lor cu buzunare colecţii întregi de astfel de medalii ale săracului. Insigna, după chipul şi asemănarea gadgetului din care se trage, este arhetipul obiectului inutil. Te jenează. Cel care o poartă se transformă pe nimica toată într-un poster uman. Eşti violat de publicitate. De altfel tot ceea ce jenează frizează vulgarul, fiindcă tradiţia noastră occidentală de temperanţă şi moderaţie ieşită din vremurile medievale are

necontenită trecere. Minimalismul este continuarea ei, dacă e purtat cum se cuvine. Decoraţiile flashy şi machiajul care se scurge sunt ambele condamnate din acelaşi motiv. Anunţurile gen „totul la preţ de 100 de yeni”, „totul la 100 de franci”, toate galantarele, magazinele de mâna a doua, a treia, buticurile cu gadgeturi, grămezile de parfumuri vândute la duzină, la care se adaugă stivele de farfurii, supiere, de veselă grea bună de spart când clientela se codeşte… ei, bine, toate astea sunt lipsite de orice clasă!

În acelaşi ton, brizbrizurile, abţibildurile, fetişurile, labele de iepure şi mâinile de Fatima care tremură sub retrovizor, stilul *bling bling forever* sunt demarcatori ai vulgarităţii. În primul rând pentru că o parte din convingerile intime se proiectează în sfera publică, fie şi atunci când asta înseamnă numai spaţiul privat al unei maşini ale cărei geamuri fumurii îţi asigură protecţia. Credinţa devine abandon şi apoi relaxare. Pe când misticul se ridică la comunicarea cu Dumnezeu în singurătatea lui faţă-către-faţă, dacă nu cumva trup-către-trup.

Obiecte contrafăcute

Când mărcile importante s-au văzut scoase la mezat, apoi fagocitate de către „gloată”, eşarfa Burberry, şapca Lacoste, casca de polo Ralph Lauren, ochelarii Prada, Dolce & Gabbana şi blugii Hugo Boss au început să frizeze prostul-gust. El s-a ascuţit simţitor la casele mari care, în felul acesta, îşi plăteau succesul. Cu cât produsele de firmă câştigă mai mult teren, cu atât mai mult sunt copiate şi constituie obiectul contrafacerilor. Imaginea corporată a caselor de lux se ridică de sub avalanşa unui total look de marcă falsificată. De altminteri un indice excelent al notorietăţii este să verifici ce se vinde la piaţa hoţilor din Bangkok. Când dădeai acolo peste un Benetton fals

însemna că marca italiană era pe cai mari. Cu Van Dutch s-a întâmplat la fel mai târziu… Trotuarele Veneţiei sunt luate cu asalt de către negustorii africani cu false Vuitton, Gucci, Dior etc. Oricât s-ar ofusca, marile case au partea lor de vină. Ele au zgândărit delincvenţa. Mai ţineţi minte acel şirag de diamante lucrat de Cartier, care era atât de greu încât numai un rapper ar fi putut să-l atârne pe piept fără să pară deşălat? Cine stă la masă cu diavolul trebuie să aibă grijă să nu se pârlească.

Acum câţiva ani, Franţa luase decizia de a expulza de pe teritoriul ei un grup de angajaţi ai Ambasadei Uniunii Sovietice la Paris. Bănuiţi de spionaj, îi puteai vedea căţărându-se rând pe rând în minibuzul care trebuia să îi ducă la aeroportul din Roissy. Toţi arborau o geantă imensă Darty. Fără-ndoială, avertizaţi că vor pleca în scurt timp, „funcţionarii” noştri grosolani se năpustiseră să îşi facă plinul cu electrocasnice. Uscătoare de păr, toastere, friteuze, ultimele cumpărături dinaintea trezirii finale din visul socialist. Astăzi se întâmplă frecvent ca un delincvent bănuit, cules de doi jandarmi, să fie shootat de un paparazzo când poartă pe cap o şapcă Vuitton, e încins la gât cu o eşarfă Ralph Lauren sau Van Dutch. Publicitate gratuită sau contrapublicitate de proastă calitate, dar acesta e preţul gloriei. Să ne amintim că firma Kärcher[17] a trebuit să-şi „comunice” în presă performanţele şi istoricul pentru a atenţiona că nu era doar un derapaj politico-mediatic.

Mini-maxi

Detaliu care ucide, care destituie; şpagat. Unghiilor false cu sclipici le răspunde moda recentă a călătoriei de plăcere cu submarinul cu două locuri, în mare vogă în Dubai. Cineva ar putea obiecta că nu e nimic vulgar în a da

17 *Firmă producătoare de echipamente de curăţat (n. tr.).*

pe gât şampania în mijlocul langustelor şi că exotismul marin vrăjeşte din nou gloatele. De acord, dar nu e submarinul cu două locuri în versiune liliputană şi la suprapreţ imaginea limuzinei *superstretch* în care îşi imaginează unii exaltaţi că se vor căsători? Poţi chiar să-ţi pui capăt fecioriei în el, fiindcă, spre deosebire de deprimantul stand al *Salonului de erotism* de la Bourget, deja menţionat, standul *Dream-car* le propunea potenţialilor clienţi un striptease în limuzină. O, adepţi ai spagatului, deschideţi ferestrele laterale!

Acum vreo câţiva ani, la sărbătorirea inaugurării preafrumosului magazin Louis Vuitton d'Omotesado din Tokyo se pusese la dispoziţia VIP-urilor un autobuz pentru a le duce la locul „party-ului". Pe scara autocarului însoţitorii ofereau fiecărui pasager o sticlă la jumătate de Veuve Clicquot (LVMH) cu un pahar de… plastic. Şampania era puţin cam călduţă, dar japonezii o apreciau enorm… Un occidental şi-ar fi dat seama că e un spumant: vulgaritatea face bule.

Tot cu ceva timp în urmă, i s-a încredinţat firmei Hermès Japon confecţionarea unei cutii îmbrăcate în piele cusută dublu de mână, dar ornată cu precizie în intervalul dintre cusături cu… bucăţi mari de yeni! Ce comandă specială stranie…! Cine ar mai da astăzi o sumă mare de bani lichizi pentru o asemenea casetă? Un membru al Yakuza, fără doar şi poate. Şi tot acum câţiva ani atelierul de şelărie al Casei Hermès a avut ideea de a confecţiona o şa din piele de crocodil. Era o aberaţie, fiindcă în felul acesta schimbai ţinuta de cavaler cu un luciu de reptilă. Cu toate astea serviciul şi-a promovat ideea şi pentru a o desăvârşi a decis să vopsească crocodilul în albastru! Era deja prea mult şi un aşa exces de kitsch a condamnat şaua să orneze vitrinele din strada Saint-Honoré înainte de a-şi face intrarea în colecţiile particulare. Asta fără să-l punem la socoteală pe sultanul Bruneiului care, hipnotizat de

fiară, s-a grăbit să o cumpere. Orice obiect îşi găseşte destinatarul!

TOTUŞI, ALBASTRU ŞI CROCODIL...!? ÎNTOTDEAUNA VULGARITATEA A ÎNSEMNAT UN EXCES. DOAR CĂ FRONTIERA DINTRE DANDY, ŞIC ŞI VULGARITATE COMPORTĂ DIFERENŢE MINIME ÎN ZILELE NOASTRE, CU PREŢUL UNEI ENORME ÎNTREPĂTRUNDERI.

Deviza unui dandy enunţată în secolul al XVIII-lea de către un reprezentant de seamă, Henry St. John, viconte de Bolinghroke, este *Nil mirari* („Nimic să nu te tulbure!”). În cazul de faţă, sultanul Bruneiului eşuează în faţa dandysmului prin excesul capriciului. Puţin mai multă detaşare şi indiferenţă l-ar fi aliniat pe deplin printre *dandies*, chiar printre marii *dandies*.

„Trebuie să recunosc, spune Eduard Dorojkin, redactorul-şef al *Naroublevke*, că Hummerul e un pic prea mult”. Jurnalistul ştie ce spune, ziarul lui este o foaie de varză care serveşte drept legătură între toţi miliardarii din *gated cities*, oraşele rezervate elitelor, împrejurimile Moscovei. Cititorii lui sunt toţi posesori de vehicule 4 x 4 supradimensionate, cu geamuri antiglonţ, care şi-au făcut un obicei din a urca străzile capitalei ruseşti pe contrasens şi cu farurile aprinse. Şi sunt lăsaţi să treacă! Ce mult timp le trebuie unora ca să-şi consume tinereţea!

CEVA AUZIT LA BIENALA ANTICARILOR DIN PARIS ÎN 2006:

„Fă, curvă, am rupt cinci sute de mii de euroi pe rahatu’ ăsta! Nu-mi dai tu mie lecţii!”

Cuplul, accesoriul ultim

LA LONDRA E CEVA OBIŞNUIT SĂ VEZI UN ANGAJAT DIN CITY IEŞIND CU O PUNKISTĂ. POŢI SĂ VEZI CHIAR ŞI UN PAKISTANEZ LA BRAŢ CU O

SCOŢIANĂ – DOAR SOCIETATEA BRITANICĂ ORGANIZATĂ ÎN CASTE ARE VEDERI LARGI! NU CUNOAŞTE FALIILE SOCIALE ŞI E DETAŞATĂ DE ORICE ANGOASĂ. ÎN SÂNUL EI NIMENI NU SE PLÂNGE DE CONTAMINAREA PRIN PROXIMITATE, DE DECLASAREA PRIN ASOCIERE. FIECARE RĂMÂNE EL ÎNSUŞI ORICE S-AR ÎNTÂMPLA. ORICE FEL DE EXCENTRICITATE E BINE-VENITĂ FIINDCĂ REVOLUŢIA NU E NICIODATĂ LA ORDINEA ZILEI. E AERUL PROASPĂT FĂRĂ RISC DE BRONŞITĂ.

Nimic de felul acesta în Franţa. Proletara cochetă care-l momeşte pe burghez pentru a-şi rotunji veniturile păstrează o anumită nobleţe, în ciuda josniciei sale avide. Asta fiindcă ştie că este de dispreţuit şi pentru că nu există nobleţe fără dispreţ. În schimb, victima ei e condamnată. Treacă-meargă „oprirea” pe la bordel, dar să se afişeze acolo… îi cam strică afişul! Clientul e regele… găurilor. Dar nici gigoloul care îşi face meseria cu bătrâna nu o duce mai bine. Un cuplu nepotrivit e întotdeauna un eşec. Chiar dacă acest kitsch al contrariilor se joacă fairplay între adolescentul în călduri şi curva lui, între top-model şi poştaşul ei troţkist, între scriitoarea sucită şi rapperul ei, este vorba tot de o pierdere a candorii şi de ultraj. Desenatorul umorist Albert Dubout a extras din asta o lume întreagă de uşieri sfrijiţi flancaţi de bondoace cu forme debordante. Un cuplu nepotrivit trece întotdeauna dincolo de limită. Prea bătător la ochi, mai prost ambalat decât orice am putea concepe.

Câteva vulgarităţi recenzate pe sex
(idei de-a gata)

Bărbat	**Femeie**
Ţeapăn	Pântecoasă
Mulţumire de sine	Tocuri înalte

Sudoare	Parfum
Plată cash	Totul gratis
Salam	Gumă de mestecat
Râs gros	Fandoseli
Brăţară groasă	Bijuterii din aur
Elastic de păr	Unghii false
Cercel	Lănţişor pe gleznă
Tatuaj	Piercing în limbă
Mâneci suflecate	Ciorapi cu jartieră
Cravată cu purceluşi	Imprimeu leopard
Batistuţă	Meşe
Şosete fun	Colanţi găuriţi
Cămaşă descheiată	Tanga
Şevalieră	Ochelari enormi
Folosirea imperativului	Vorbitul prea tare
Cizme din piele de şarpe	Minijupă de blugi
Geacă de pilot	Pantaloni din piele mulaţi
BMW	Opel Tigra
Harley-Davidson	Austin mini
Ţigară	Portţigaret
Cămaşă Hawaiiană	Blugi cu talie joasă
Favoriţi	Injecţii cu botox
Peşte	Curvă
Demagog	Star TV
Degetul în nas	Machiat în metrou
Ciocate	Cizme foarte lungi
Coate-goale	Târâtură

Toate astea vi se par vulgare? Şi nouă. Oare de ce?

2. Vulgaritudine

Delăsare

Învelişul corporal e o ţară. Singura care e a noastră. Nu pătrunzi pe aici decât invitat, restul e viol. Integritatea trupului solicită celorlalte trupuri o atitudine plină de diplomaţie, altfel se declară război. Dar vai! Epoca noastră este una a intruziunilor. Aici vulgaritatea îşi sporeşte impietăţile, fiind la ea acasă.

Să luăm pentru început impietatea sonoră. „Una dintre cuceririle omului e tăcerea" spunea Vladimir Jankelevitch. Dimpotrivă, natura este asurzitoare: ţipete de animale, foşnituri de frunze, crengi care trosnesc, dinţi care scrâşnesc, lovituri de tunet, vânt neostoit. Flaubert însuşi i se plângea lui George Sand de o privighetoare care îi „gâlgâise" toată noaptea. Iată de ce vacarmul permanent al muzicii în toate spaţiile publice, în sălile de aşteptare, metrouri, în restaurante, de la pizzerie la braseria tip Frères Costes, şi apoi avalanşa de ecrane care difuzează până la saţietate clipuri video au impus domnia animalităţii asupra gustului zilei. Este epoca fiarei, freamătele lumii înainte de a fi cucerită de către *Homo sapiens*. Publicitatea, cândva reţinută, înveselea o parte din pereţii şi culoarele metroului, dar proliferarea ei, de la sălile de cinema până la coada autobuzelor, trecând prin ecranele urbane cu luminozitate agresivă, o face agasantă, obsedantă, subliminală. Dacă mai adăugăm la asta pe eternul *acordeonist moldav*, vom înţelege ce eroice sunt persoanele care se gândesc să mai citească ceva pe drum! mai numeroşi sunt rebusiştii de vagon sau de autobuz deranjaţi de la problemele cuvintelor încrucişate, iar şi mai numeroşi dependenţii de sudoku, terapia universală a răului de călătorie. Succesul cotidienelor gratuite *20 minutes* şi *Meâtro* se explică în primul rând prin această realitate frustă. Într-un spaţiu supus agresiunilor, ochiul alunecă peste titluri, dar pe lângă text. Păi, atunci, fără

texte! Spaţiul tuturor, spaţiul public, s-a privatizat cu secreţiile modernităţii nomade, iar refuzul oricărei concentrări şi doliul voluntar al singurătăţii devin regulă de supravieţuire.

Ne-am înşela dacă am vedea aici doar ceva anecdotic. Dacă din raţiuni magnifice s-ar dori lupta împotriva proliferării automate ar trebui mai întâi combătută invadarea spaţiului public de către ameninţările mai sus-menţionate. Fără asta, cetăţeanul X se refugiază în maşina sa pentru a asculta muzica preferată sau a da telefon. În Statele Unite timpul petrecut la telefon se suprapune peste cel petrecut în maşina personală. Pe drumul zilnic de la cămin spre locul de muncă americanul vorbeşte la telefon. De fapt oamenii se mulţumesc din ce în ce mai mult cu un singur telefon, cel din vehiculul lor. În ciuda faptului că e un obiect hulit, maşina este percepută de multă lume drept un refugiu – iată ceva ce ar trebui să-i facă să reflecteze pe adepţii dezvoltării durabile care nu au pe buze decât cartiere mici civilizate şi spaţii urbane.

Capacitatea noastră de adaptare e acompaniată, poate, şi de slăbirea mecanismelor de apărare. Ar trebui să ne ofuscăm, să cerem sus şi tare un pic de linişte, dar nu! Merge şi aşa, ne adaptăm! În schimb, vulgaritatea colegului care ne suflă în nas duhoarea de usturoi nu ne pare doar o figură de stil. E vulgar să vorbeşti prea aproape de cineva fiindcă se încalcă o limită şi integritatea corporală e supusă torturii. Ce paradox! Făptura de carne suportă mai degrabă un bombardament electronic omnivor decât mirosul persistent al sudorii vecinului! Găsim o scuză vulgarităţii sonore insuportabile prin aceea că nu e umană.

Prea aproape

Altă atitudine exasperantă: un tip enervant care

staţionează în picioare în faţa mesei tale. Se lipeşte în restaurant de umărul tău, îţi mătură cu geanta spaţiul vital. Îţi întoarce dosul în timp ce discută cu prietenii pe care tocmai i-a observat, îţi blochează privirea, îşi proiectează umbra pardesiului său imens pe farfuria ta, îţi induce o claustrofobie irepresibilă. Sau alta: fata cu părul bogat şi sâni debordanţi, machiată excesiv, cu guler mare de blană, care îţi pompează aerul în faţă. Ştie pe toată lumea şi de aceea vorbeşte tare. Nu fumează şi totuşi te sufocă. Ah! Ce-ai mai vrea să plece! Dar e prost-crescută şi stă acolo ca să îţi confişte orizontul, ca să încalce limitele, pe acelea ale bunei-cuviinţe, dar şi pe cele ale spaţiului intim.

ACUM MAI E ŞI TIPUL CARE ÎŢI SUFLĂ ÎN NAS MIROSUL CARIILOR LUI, CARE TE ÎMBRĂŢIŞEAZĂ CA ŞI CUM VREA SĂ TE ÎNGHITĂ. ÎŢI VORBEŞTE ŞI NU-I POŢI VEDEA DECÂT DINŢII, GÂTLEJUL; IMPOSIBIL SĂ SCAPI DE DAMFUL TUBULUI SĂU DIGESTIV! TE DAI ÎNAPOI, TE RETRAGI, DAR ÎNAINTEAZĂ DE PARCĂ AR FI AGĂŢAT CU CÂRLIGUL DE TINE! NU MAI E DISCUŢIE, ESTE SUFOCARE!!! NU NEAPĂRAT CĂ E VULGAR SĂ CONSUMI SPAŢIUL VITAL AL APROAPELUI, DAR TOTUŞI INVADAREA ESTE INDISCUTABILĂ. „MAI ÎNGRĂMĂDIŢI-VĂ!”, „AVANSAŢI MAI ÎN SPATE!” – IATĂ VIAŢA CA UN AUTOBUZ ÎN CARE HAINELE ASUDĂ, ÎN CARE HURDUCĂIELILE PROVOCATE DE DRUMUL ACCIDENTAT MACINĂ APLOMBUL CLIENTELEI CAPTIVE. ACEASTA E CRUZIMEA EPOCII NOASTRE CARE GLORIFICĂ PE UN TON FALS LIBERTARIANISMUL, DECONTRACTAREA, RELAXAREA, ŞI CARE ÎŞI DEPLÂNGE ÎN ACELAŞI TIMP BUNA-CUVIINŢĂ PIERDUTĂ! CE MINCIUNĂ PIOASĂ, CE CVADRATURĂ A CERCULUI! LIBERTATEA ÎN COERCIŢIE ESTE O FUNDĂTURĂ, O MANEVRĂ SADICĂ – REFERINŢA LA ŞADE, MODEL AL REBELIUNII

ARTISTULUI, AL ALTERMODERNITĂŢII, E AŞA DE FRECVENTĂ CĂ AM PUTEA FI SUSPECTAŢI DE TRUISM ŞI DE IGNORANŢĂ. SĂ TRĂIEŞTI CA-n AUTOBUZ... MULŢUMESC, MAI BINE NU!

Să fii mai tare, să te împingi în ceilalţi, să vorbeşti tare, cu putere şi mai ales despre tine – iată ce este vulgar. Un proces de autogratulare, umflare în pene, vanitate. Până la reversul său: falsa modestie *fishing for compliments*. Franţa îşi face o onoare din a avea ca mascotă cocoşul, un animal ridicol, un seducător de ogradă. Început cum nu se poate mai prost.[18] Şi o confuzie, pentru că secolul nostru încă mai trăieşte din preceptele medievale care fac din temperanţă şi din moderaţie o marcă a civilităţii, respectiv a civilizaţiei. Cine începe să răcnească, cine râgâie şi exală gaze la masă este incapabil să se abţină. Ce poţi să-i zici? În niciun caz nu: „Ai cu cine semăna”! I s-ar potrivi mai degrabă un „te lauzi cu aşa ceva?”, deşi de preferat ar fi „unde-ai mai pomenit aşa ceva?”, care trimite la ceva apatrid. Îţi trebuie şiretenia unui Sacha Guitry pentru a ieşi cu supleţe din astfel de mitocănii. În cursul unui dineu elegant, Guitry scapă un vânt, se întoarce imediat spre vecina lui şi îi spune: „Nu vă impacientaţi, doamnă, o să spun că eu am fost”.

Aşa cum amintea Jean-Claude Schmitt în *Raţiunea gesturilor în Occidentul medieval*[19], se consideră că gesturile exprimă realităţile ascunse, interiorul unei persoane, în timp ce, dimpotrivă, „disciplina” gesturilor, la exteriorul trupurilor, contribuie la reformarea omului interior. În Evul Mediu un acelaşi cuvânt desemnează chipul, privirea şi mâinile care par să vorbească: *vultus*.

18 *Henri Callet, La Belle Lurette: „M-am născut într-un pântece încorsetat. Început cum nu se poate mai prost.”*

19 *Jean-Claude Schmitt, La Raison des gestes dans l’Occident médiéval, Gallimard, Paris, 1990, ed. rom. Raţiunea gesturilor în Occidentul medieval, trad. Doina Marian, Ed. Meridiane, Bucureşti, 1998.*

Vultus, fizionomia, *sonus*, vocea, *gestus*, gestul. *Gestus* şi *gesticulatio* formează un cuplu inamic. Trebuie să ştii să te stăpâneşti.

Amplu studiat în Evul Mediu, Cicero arăta că „frumuseţea morală" se compune din aceste patru „virtuţi": *scientia*, discernământul adevărului… *beneficentia* sau *liberalitas*, idealul de dreptate care te face să îi dai fiecăruia ceea ce merită şi să respecţi contrastele pentru păstrarea legăturilor sociale, *fortitudo*, forţa şi măreţia sufletului, dispreţul problemelor omeneşti, şi, în fine, *temperantia* sau *modestia*, care constă în a „săvârşi orice faptă şi a pronunţa orice cuvânt cu disciplină şi măsură… Prudenţă, dreptate, fermitate şi moderaţie… încă din această epocă este formulat sistemul complet a ceea ce Biserica va numi, începând cu Sfântul Ambrozie, cele patru virtuţi".[20] Paradoxul societăţii noastre aflate în căutarea libertăţii trupului şi a cuvântului e că noi continuăm să trăim sub influenţa acestor virtuţi antice. Trebuie să ştim să ne înfrânăm şi să ne relaxăm în acelaşi timp, pe scurt – e o artă. „Fii relaxat!" – iată ordinul. *Keep cool* e complementul său.

Căscat

UN SEMN AL EPOCII MAI DEGRABĂ DECÂT AL GENERAŢIEI: CĂSCATUL FĂRĂ A PUNE MÂNA LA GURĂ. GILLES DE B. I-A ADRESAT URMĂTOAREA REMARCĂ ELEGANTĂ UNEI TINERE CARE CĂSCA ÎN FAŢA LUI: „DOMNIŞOARĂ, CE CHILOŢI DRĂGUŢI AVEŢI! AŢI DESCHIS GURA AŞA DE TARE CĂ AM PUTUT SĂ-I VĂD!" ACEST CĂSCAT SUGESTIV ESTE PROBABIL ECHIVALENTUL FEMININ AL URINATULUI ÎN PUBLIC LA BĂRBAŢI. SAU UN FEL DE SUBSTITUT DIN LIPSĂ DE ALTCEVA. „URMĂTORII" CARE ÎŞI PROLIFEREAZĂ JETUL

20 *Ibid., pp. 51–52.*

ÎN MARE VITEZĂ – EI ŞTIU CE ÎNSEAMNĂ RELAXAREA! NE UŞURĂM LA ORICE COLŢ DE STRADĂ. ÎMI DAU DRUMUL, NU MĂ MAI ŢIN! FACEM PIPI CU TOŢII ÎN FAŢA UNEI POPULAŢII CARE PARCĂ A ORBIT DEODATĂ. ÎN CIUDA AVALANŞEI DE LUMINĂ, A INUNDĂRII ELECTRICE DEMNE DE TURNUL DE SUPRAVEGHERE AL UNUI LAGĂR, SOCOTITE A SATISFACE EXIGENŢELE DE SECURITATE ALE BUNULUI CETĂŢEAN, FACEM PIPI PE TOATE GARDURILE ŞI NIMENI NU E DERANJAT. NE DESCHEIEM FĂRĂ-NCETARE ŞI NE UŞURĂM PE LA COLŢURILE UŞILOR, PE LA SEMNELE DE OPRIRE DE URGENŢĂ ALE DRUMURILOR, PE CULOARELE METROULUI. VULGARITATEA GESTULUI SE ATENUEAZĂ PÂNĂ CÂND TRECE DREPT NUMAI O CONSECINŢĂ A NECESITĂŢII. TOTUŞI – PIERRE BOURDIEU A SPUS-O – VULGARITATEA ESTE FIICA NECESITĂŢII.

ATITUDINEA „SLOPPY”, DELĂSATĂ, NEGLIjENTĂ, LICHIDĂ, SIMBOLIZATĂ ATÂT DE BINE DE BLUGII CU TALIA JOASĂ, ÎŞI GĂSEŞTE UN ECOU ÎN PERMANENTA EXPECTORAŢIE. SCUIPAT ŞI RÂGÂIT. TONUL L-AU DAT FOTBALIŞTII PE CARE, DUPĂ UN SPRINT, UN ŞUT ŞI O REUŞITĂ, îl VEZI ÎN PRIM-PLAN PROIECTÂND FLEGME „DE BĂRBAT” ÎN IARBA TERENULUI DE JOC. ACEŞTI „BĂIEŢAŞI DE CARTIER” NU AU MAI PUŢINĂ SALIVĂ DECÂT BOGĂTANUL DE PE MARILE BULEVARDE. ASTA-I REVANŞA LOR! LA FEL ŞI FATA CARE RÂDE FOARTE TARE ÎN AVION VRÂND SĂ-L SEDUCĂ PE UN TIP CARE OCUPĂ DOUĂ locuri. „Şi ce? mă doare la bască!”

Aceşti dezinhibaţi, înţoliţi *Friday wear* pe toată săptămâna, au efecte perverse care trec dincolo de vestimentar şi ne îmbibă comportamentul. Aşa este cazul angajatului unui serviciu postvânzări, care, foarte drăguţ, telefonează ca să te avertizeze că reparaţia promisă… nu se va face. De ce? „Colegul responsabil cu acest material e în concediu medical”. Sinceritatea devine familiaritate.

Odinioară, dintr-un reflex convenţional de jenă, angajatul ar fi invocat raţiuni strategice, materiale de verificat, ar fi jucat pe cartea afacerilor, s-ar fi disimulat în spatele unei răceli administrative destinate să alunge orice corporalitate. Azi ne mulţumim să jucăm pe cartea sentimentului, se face apel la pathos. Iată şi cazul secretarului unei mari administraţii, care, incapabil să-i facă legătura interlocutorului (chiar directorul întreprinderii) cu corespondentul său, se scuză (fără să roage să fie scuzat) cu o frază care te lasă fără replică: „Nu mă pricep, iar colegul meu este la toaletă”.

Picioare şi mâini

„Sunt în favoarea cutumei care cere ca un bărbat să sărute mâna unei femei atunci când o vede prima dată. Trebuie desigur să începi de undeva”.

Sacha Guitry, *Jusqu’ai nouvel ordre* (1913)

Nu se obişnuieşte să vorbeşti cu mâinile. Cu atât mai puţin cu picioarele. Strâmbatul din nas poate fi luat drept şic: vorbeşti pe nas şi nu mai ţii seama de funcţia lui olfactivă. Nu mai simţi niciun miros, mai ales pe cel al propriilor picioare. Să comanzi picioare de porc fripte[21]

nu e întotdeauna un semn de rafinament. Oamenii mai naivi îşi imaginează că italienii dau mult din mâini când vorbesc. Nu e vulgar, ci pitoresc, excesiv, aşa cum şi vinul lor are prea mult alcool şi fetele lor sunt prea vioaie, iar răufăcătorii prea cruzi. Sunt *troppo*. Prea multă expresivitate devalorizează. Prin urmare, vulgaritatea care transpiră e marcată de pecetea populară. Regele e temperat, valeţii sunt lac de sudoare. Slugoii, soldăţoii – bădărani cărora le place să-şi lungească gâtul fără să

21 *În fr. pieds paquet – picioare de porc, vită sau miel gătite, delicatesă a bucătăriei franţuzeşti (n. tr.).*

ajungă niciodată la înălţimea oamenilor de condiţie bună. „Am nişte picioare aşa de frumoase că poţi să spui că sunt mâini” spunea A.C., ale cărui picioare erau, într-adevăr, nişte minunăţii de sidef. Picioarele curate, nemurdărite, au parfum de sfinţenie. Picioarele de rând sunt supuse oprobriului. Vulgarităţii îi put picioarele.

O cafenea foarte „boemă” din al 14-lea arondisment: o fată de douăzeci de ani, sublimă, intră şi se aşază la o masă. Cu toate că sunt pe cale să aţipesc, nu mă pot abţine să n-o privesc. E captivantă: gesturi senzuale, tenul luminos, buze cărnoase, păr nearanjat prins în coadă. Colac peste pupăză, lesbiană. Deodată telefonul scoate o sonerie stridentă. Îl desface, vorbeşte tare, repede şi mult, repetă de cincisprezece ori aceleaşi cuvinte şi pronunţă tare ca să audă toată asistenţa: „Ba nu, fiindcă o să întârzii şi trebuie să trec din nou pe la mine să îmi epilez chestia”.

Distincţie

Vulgaritatea înseamnă circuit. În vreme ce distincţia stă la locul ei în ierarhia socială, vulgaritatea rătăceşte dintr-o parte într-alta. Când te crezi distins, nu poţi să spui că eşti vulgar. Numai un dandy îşi poate permite o asemenea autodepreciere. Căderea lui ţine de naufragiu… Într-o seară ne-am intersectat cu un tip pe care toată lumea îl prezenta drept „moştenitorul *Bolero*-ului lui Ravel”. Până şi decăderea lui avea clasă. Sau cazul lui Gainsbourg[22], care dădea foc unui cec de bancă gras în faţa camerelor de luat vederi. Vulgar, dar dandy.

ÎN SCHIMB, DESPRE UN ALTUL E UŞOR SĂ SPUI CĂ E ŞIC, ARE CLASĂ SAU CĂ E VULGAR. ERA O VREME CÂND SE SPUNEA MAI ALES „SNOB”, „FIGURANT”, DAR

22 *Serge Gainsbourg (1928–1991), poet, compozitor, regizor şi actor francez. A dat foc în direct unui cec de cinci sute de franci, ca protest împotriva impozitelor mari (n. tr.).*

„DISTINS” NU ERA NICIDECUM O JIGNIRE. OAMENII AVEAU GROAZĂ NU ATÂT DE ALTITUDINEA SOCIALĂ, CÂT DE TENTATIVA FRAUDULOASĂ A UNUI ICSULESCU DE A VREA SĂ PARĂ BOGAT CÂND E CAM DISTRUS. CÂND „TE ÎNTINZI MAI MULT DECÂT ŢI-E PLAPUMA” PLĂTEŞTI ÎN CELE DIN URMĂ. ÎN SPATELE INVECTIVEI „FIGURANT” SE ASCUNDE ÎNTOTDEAUNA CEVA PROZAIC DE GENUL „TE-AM GINIT, AMĂRÂTULE!” ESTE REVANŞA MEDIOCRULUI CU CARE „NU-ŢI MERGE UŞOR”.

Cel care afişează somptuozitate nu se poartă întotdeauna cu mănuşi fine. În registrul dandismului, vulgaritatea se produce şi adesea ai de-a face cu brutele. Un exemplu clasic e acel „Băi, moace de proletari!”, trimis de un meloman de la parter către spectatorii de la balcon în timpul unui spectacol de operă. De la operă la operetă e aceeaşi distanţă ca aceea dintre castel şi conac, dintre casa de aristocrat şi vilişoară. Întotdeauna se ascunde în lojă câte un snob căruia trebuie să-i dai de înţeles că „nu are ce căuta acolo”. Pentru sărac umilirea e fiica vulgarităţii.

— NICI NU-ŢI POT SPUNE CE RUŞINE MI-ERA CÂND VENEA MAICĂ-MEA SĂ MĂ CAUTE LA ŞCOALĂ, CU SCHIURILE PE CAPOTA MAŞINII, CA SĂ FACEM SPORT!

— Ruşine? Dar sporturile de iarnă nu prea erau la îndemâna tuturor în vremea aceea.

— Nu pricepi? Dacă aveam schiurile pe capota maşinii, însemna că nu aveam cabană ca să le lăsăm înăuntru!

3. Vulgaritelă

Văzut la televizor

Există vreo expresie mai vulgară, un rezumat mai

concis a ceea preţuieşte epoca noastră? „Văzut la televizor” sună ca din topor. Este în acelaşi timp dovada succesului popular, speranţa cu greu disimulată a unor venituri considerabile, fabrica de câştiguri. Dar (ştim de la Proust că un „dar” înseamnă adesea „prin urmare”) este şi un stigmat, o pată de neşters, o ştampilă anticultură. La ceasul când toată lumea poate apărea la televizor, la radio („Frizerul meu s-a făcut VIP”) efectul televiziunii s-a şters. Acum cincisprezece ani ne cuprindea emoţia când un prieten, o cunoştinţă sau un vecin ajungea pe ecran. Intram la noi în grabă şi acolo, în grup – copii, părinţi, vecini – aşteptam apariţia supranaturală a lui X sau Y. „Îl cunosc!” Azi nimeni nu mai dă un ban pe aşa ceva! Prea multe emisiuni, talk-show-uri, mărturii, interviuri radio pe trotuar, sondaje făcute din zbor. Delarue[23] e pe la toate colţurile de stradă… Rezultatul? Un ramolisment teribil. „Vai! Te-am recunoscut la TV!

— Şi ce ziceam?

— Ei… nu mai ţin minte, dar te-am auzit”. Cu asta s-a spus tot! La TV.

Interviu sado-maso

NU E NICIO MARE DESCOPERIRE FAPTUL CĂ RAPORTUL DINTRE INTERVIEVATOR ŞI INTERVIEVAT, DINTRE ZIARIST ŞI „SUBIECTUL” LUI ŢINE DE SADO-MASOCHISM. ÎN PRINCIPIU, CEL CARE PUNE ÎNTREBĂRI AR TREBUI SĂ RĂMÂNĂ MODEST, APROAPE DE ANONIMAT, SĂ DISPARĂ ÎN FAŢA „PERSONALITĂŢII” PE CARE O ARE ÎN FAŢĂ. NUMAI CĂ IATĂ! S-A AJUNS CA TELEVIZIUNEA SĂ-ŞI FABRICE PROPRIILE STARURI ŞI CA UN PPDA[24] SĂ FACĂ FIGURI ÎN FAŢA UNUI MINISTRU. SPRE DEOSEBIRE DE OMUL POLITIC, EL

23 *Jean-Luc Delarue, animator TV (n. tr.).*

24 *Porecla lui Patrick Poivre d’Arvor, prezentator la TF1 (n. tr.).*

ESTE INAMOVIBIL. FĂRĂ SĂ SE UMFLE ÎN PENE CU PUTEREA LUI, ORICE ZIARIST ARE TRECERE ÎN FAŢA „ALTUIA”, FIINDCĂ ŞTIE, DACĂ E NEVOIE, „SĂ-L ARDĂ PE LA SPATE”. DE FAPT LA AŞA CEVA SE AJUNGE ARAREORI. AUTOCENZURA ESTE UN REGULATOR PUTERNIC, IAR ONOAREA RĂMÂNE INTACTĂ, DAR DACĂ AR VREA ZIARISTUL... BREF, NU SE MAI ŞTIE CINE PE CINE CONDUCE. ÎN ACEST TRIUMF AL INDISTINCŢIEI, FIECARE ARE VOCAŢIA DE A RIVALIZA CU TOŢI. TOATE FUNCŢIILE, TOATE POZIŢIILE SUNT SOCOTITE EGALE FIINDCĂ TOATE SUNT „CETĂŢENEŞTI”. CONSECINŢA E CĂ DACĂ UN COMENTATOR ÎL TRATEAZĂ PE ALESUL POLITIC LA FEL CA PE CÂNTĂREŢ, PE CÂNTĂREŢ CA PE FILOSOF, ATUNCI CÂND COMENTATORII IAU LOCUL EXPERŢILOR NE AMENINŢĂ MONOTONIA. CA SĂ SCAPE DE EA, FIECARE CAUTĂ SĂ SE DIFERENŢIEZE. SINGURA METODĂ E O ATITUDINE EXASPERANTĂ PROPRIE. ÎN ACEASTĂ MUTARE DE ACCENT INTERVINE VULGARITATEA IMPUSĂ DE TELEVIZIUNE. AICI SE AFLĂ PRINCIPIUL TUTUROR DROGURILOR: SĂ CERI DE LA CEI CARE LE CONSUMĂ SĂ CONSUME TOT MAI MULT. EFECT JEAN-MICHEL JARRE, CANTITATE MAI DEGRABĂ DECÂT CALITATE. TELESPECTATORUL „DEPENDENT” DE ECRAN „VREA SĂ VADĂ CEVA CE MERITĂ BANII”. EL E MARELE PERDANT, EXCLUS DIN SALOANELE VIP-URILOR, ÎNECAT ÎN NAIVITATEA POPULARĂ, DAR POATE TOT TIMPUL SĂ SE FELICITE CĂ DE DATA ASTA „NU ŞI-AU BĂTUT JOC DE EL PE STICLĂ”. SE ÎNTÂMPLĂ AŞA DE RAR! PRIN URMARE CLIENTELA TREBUIE SATISFĂCUTĂ ŞI PENTRU ASTA SE PUN ÎN MIŞCARE PERSONALUL TELEVIZIUNILOR, CASE DE PRODUCŢIE ŞI MAŞINIŞTI. TOŢI SUNT AFECTAŢI DE SINDROMUL TV CARE-I OBLIGĂ SĂ FIE ÎN PRIZĂ 200% CÂND SE DESCHID CAMERELE. AŞA-I LA

ANTENĂ, TREBUIE SĂ AI VITEZĂ, TOCMAI ÎN DETRIMENTUL FONDULUI, ZDROBIT ÎN MOD CONSTANT DE CĂTRE FORMĂ.

Dispariţia oricărei convenienţe din vechime, a oricărei preeminenţe – cu excepţia câtorva indivizi ce nu pot fi atinşi, de tipul abatelui Pierre sau Bernadettei Chirac, primită de un Michel Drucker sau un Marc-Olivier Fogiel debordând de deferenţă bonomă – şi „nivelarea" în sânul confuziei generale au făcut ca astăzi oricare invitat să fie tratat mai întâi ca un duşman. Ca să menţinem audienţa la cote înalte trebuie să curgă sânge. Atunci îl şocăm pe invitat, îl ultragiem ca să dea ce e mai bun din el, ca să fie „autentic". Vai, ce oribil dictat al realului!

Michel Rocard, dacă ne amintim de el, fusese somat de Thierry Ardisson să se pronunţe asupra trabucului pe care i l-a oferit Monica Lewinsky lui Bill Clinton. Cazul lui este emblematic pentru cele o mie şi una de derapaje controlate ale telepubelei.

Dispariţia aparentă a oricărei ierarhii între invitaţi, omniprezenţa acceptată a unei televiziuni sadice purtate pe culmi de „Veriga slabă" unde prezentatoarea Laurence Boccolini insulta, umilea concurenţii reuniţi pe platou, fapt care-i lăsa nepăsători pe aceştia (fără îndoială, asta era tot ce putea fi mai rău), stilul Fogiel[25] cu nesimţire deliberată, iată ce irigă *rendez-vous*-urile şi alte talk-show-uri torenţiale. Nesimţirea relaxată parazitează toate domeniile – iată cum de a putut Guillaume Durand de-a lungul emisiunilor lui literare să se adreseze autorilor invitaţi vorbindu-le despre „hârţoagele" lor.

VOINŢA DE A UCIDE ÎN FAŞĂ ORICE POSIBILITATE DE A ZAPA, PE CARE TOTUŞI NULITATEA GENERALĂ A PROGRAMELOR AR RECLAMA-O, A IMPUS ADOPTAREA UNUI RITM STIL MITRALIERĂ ÎN TOATE EMISIUNILE. RESPONSABILUL UNUI PARTID POLITIC PRIMEŞTE CU

25 *Marc-Olivier Fogiel, animator şi producător de emisiuni TV (n. tr.).*

GREU MAI MULT TIMP DE VORBIT DECÂT CEL CERUT DE SCLIFOSEALA UNUI TOP-MODEL. ASTA SE CHEAMĂ DEMOCRAŢIE EGALITARĂ.

Patinând pe această stare de fapt, televiziunea generează un microclimat care vrea ca avertismentul de furtună să fie permanent. Fiindcă telespectatorii au înghiţit ideea că nu poţi să te uiţi la TV fără să „decartezi", animatorii exagerează în repulsiv şi în greţos. În consecinţă, ceea ce altă dată era culmea rebeliunii literare – să te ridici şi să părăseşti platoul, act de o impoliteţe extremă – s-a preschimbat astăzi în parodie, în truism. Acţiunea excepţională al cărei model rămâne scriitorul Maurice Clavell[26], autor al replicii consacrate „Stimaţi cenzori, noapte bună!", nu mai este astăzi decât o şarjă de umor banal. Avem o veritabilă defilare de dezertori, de scaune răsturnate, de izbucniri vocale, de microfoane împinse cu putere, de posturi indignate, dar pentru emisiuni e chiar un plus fiindcă devin şi mai animate.

Fiindcă toţi trag cu gloanţele în orice colţ al terenului, fiindcă nimeni nu se mai controlează, ci se relaxează, se lasă dus de mişcările umorale, fiecare crede că e îndreptăţit să-şi încalce cuvântul. Victimizat, invitatul are toate drepturile. Nu i s-a arătat respect? A tăiat-o! E cu atât mai simplu cu cât acum platourile de televiziune sunt ocupate de o grămadă de invitaţi – o măsură de precauţie, fără îndoială. Dacă te pricepi la revolte programate e mai bine să umpli dinainte sala cu mobilă. Odinioară, când unicul invitat era sub aşteptări trebuia să ţii timpul de antenă dând dovadă de un profesionalism de primă clasă; astăzi va rămâne întotdeauna un mic grup care să comenteze incidentul, să alcătuiască inima dezbaterii. Un

26 *Pe 13 decembrie 1971, scriitorul şi ziaristul Maurice Clavel, considerându-se victima unui act de cenzură din partea televiziunii franceze, părăseşte platoul emisiunii À armes egales în care îl avea ca partener de discuţie pe Jean Royer, primarul din Tours.*

client pierdut, un subiect găsit! Iar toate astea pentru ca animatorul să fie în *prime time* la următoarea emisiune „Zapping” de pe Canal +, barometrul succesului. Televiziunea e o vacă de muls cu uşi turnante la intrare. Platourile sunt ticsite de invitaţi şi, când unul dintre ei cade, iese din umbră un altul. Cu ce avem cu aia defilăm!

Opera

Niciun teritoriu nu mai scapă excesului umoral, nici măcar opera. Vulgaritatea atitudinilor de televiziune se regăseşte astfel în sânul acestui *nec plus ultra* al eleganţei odată cu pretenţia deranjantă ca în templul excesului, opera, să se renunţe la excesul umoral. Jocul democratic scenă-sală se vede astfel ameninţat. Scala din Milano se contaminează, iar vocalizele încep să piardă teren în faţa răgetelor.

În decembrie 2006, tenorul Roberto Alagna părăseşte huiduit scena Scalei, în plină reprezentaţie a *Aidei* lui Verdi. E prea de tot. Clachează. Totuşi cafteala la operă, comportamentul de birjar, tropăitul şi fluieratul sunt o tradiţie. Faci pe vulgarul fiindcă este şic, te porţi teatral ca un „proletar”; atras de mocirlă aşa cum te-atrage Jean Genet[27], joci rolul de golan, puşcăriaş, pederast cu inimă de aur… Dar iată că interpretul nostru nu vede lucrurile în felul acesta. Împins la capătul răbdărilor, se evaporă. Părăseşte scena în plin spectacol. Un mic tur prin culise, câteva clipe de reflecţie şi iată-l înapoi. Prea târziu. Dublura lui l-a înlocuit. E pe scenă, îmbrăcat în blugi. Cortina.

Prin gestul său exploziv, tenorul care credea că păşeşte în tragedie se prăbuşeşte în comedie. El îşi ocupă locul în cohorta din ce în ce mai deasă de invitaţi care,

27 *Dramaturgul Jean Genet, cunoscut pentru trecutul său deocheat, de puşcăriaş şi homosexual (n. tr.).*

participând pe la diverse emisiuni, se decid să părăsească dintr-odată platoul, exasperaţi de lipsa de respect. Desigur şi Callas părăsise scena pe 2 ianuarie 1958 în timpul unei reprezentaţii de operă la Roma, iar afacerea îi lăsase muţi pe *aficionados*[28]. Diferenţa: astăzi aşa ceva nu mai e de ajuns ca să îi reducă la tăcere.

Presă

Există efecte în lanţ. În fiecare săptămână hebdomadarele de televiziune prezintă câte o tânără femeie (bărbaţi mai rar) ale cărei chip şi nume sunt o enigmă pentru cel care nu stă lipit cu scotch de ecran. Notorietatea a devenit o sită fără cernere. Nimic nu trece, totul se înghesuie. Toţi pe scenă. Absenţa dezbaterilor credibile a lăsat uşa larg deschisă falselor controverse. Promovarea imbecililor este permanentă, efectul de Academie a Vedetelor se proliferează. „Războaiele verii" titra *Tele7 jours*[29] şi, pentru a-şi baza spusele, avea ca subtitlu „TF1, France 2 şi acum M6". Trei fete în profil, cu atitudine provocatoare: Claire Keim, Corinne Touzet şi Delphine Chaneac. Recunoaşteţi că bătălia asta avea nevoie de o plapumă!

Totuşi ar fi greşit să ne plângem că pe frontonul chioşcurilor de ziare s-au ivit jurnalele unor făpturi lipsite de interes, jurnale fără valoare şi sortite unei dispariţii neîntârziate. Am cunoscut lucruri mai rele în materie de confuzie a genurilor. Cum să nu fii consternat de punerea lui Nelson Mandela pe revista *Vogue* acum câţiva ani? Să ni-l imaginăm pentru o clipă pe deţinutul din Robben Island gândindu-se că într-o zi, graţie tenacităţii (sunt totuşi douăzeci şi şapte de ani de închisoare), va apărea într-un număr din *Vogue*, la fel ca Martin Scorsese sau

28 *Lb. sp. „fani" (n. tr.).*

29 *Numărul 2388, 4–10 martie 2006.*

Bjork! Absurditatea se întrece cu ruşinea şi ruşinea cu înmărmurirea. Iată vulgaritatea afişată, amestecul de sus şi jos, omul rezistenţei promovat la rangul de vedetă a lunii, eroul luptei contra apartheidului pe coperta unei reviste şic şi în tendinţe. Acest tupeu jurnalistic a dat lovitura doar pentru prima oară fiindcă anul viitor Dalai-lama va fi capul de afiş al unui promo de acelaşi gen! Gluma e că, în continuare, aceleaşi pagini se apleacă asupra lui Olivier Besancenot[30], fiara la modă. Pasul dincolo de limita vulgarului a fost făcut. Se produce o dezagregare care face din fiinţele de excepţie nişte *ultrapeople*, care reduce etica unei vieţi la o performanţă. După un sfert de secol, Mandela e încă vivace, indestructibil ca Rolling Stones, popular, dar cu întrebuinţare limitată. Termenul expirării: treizeci de zile.

Fiindcă exprimă opinii, presa e suspectă de vulgaritate. Dezvoltarea „rubricizării" pulverizate, multiplicarea articolelor succinte, a ştirilor pe scurt, şocante, servite în culori, presărate cu fotografii pretins „surprinse", înceţoşate, luate cu teleobiectivul ca să întărească efectul „paparazzi", totul contribuie pentru a face din presă „fiţuica" atât de des denunţată. Obiectivul declarat de către toţi directorii de ziare şi de ilustratorii acestora era totuşi de a facilita lectura, de a face informaţia accesibilă, pentru ochiul simplu. Dar rezultatul este invers: confuzie, pierdere a reperelor, dispariţia oricărei ierarhii alta decât „poporul", „poporul" şi iarăşi „poporul". Sub acoperirea corectitudinii antipolitice, reţetă de tartă cu cremă pentru rebeliunile la indigo, diversele straturi sociale au trecut prin mixer. Totul merge, iată ideea. Singurul criteriu de selecţie: vizualul. Fără o imagine bună nu există ştire. Presa franceză s-a dedat

30 *Tânăr politician de extremă stângă, socialist-revoluţionară. A candidat la alegerile prezidenţiale din 2002 şi din 2007 din Franţa şi a obţinut 4,25%, respectiv 4,08% din voturile exprimate (n. tr.).*

adesea metodei englezeşti care constă în a pune pe pagina a doua sau a treia femeia zilei, despuiată, cu pieptul în afară. Dar reţeta merge prost la francezi. Noi nu ne dăm în vânt după expoziţia porno soft, ci după bârfa murdară. Emisiunile de televiziune inspirate din „Loft”[31] au contaminat presa scrisă. Imaginea-adevăr, imaginea nudă, intimitatea sustrasă, starul de cinema cu burta la gură, fata drăguţă cu soneria de ceas, cu paharul ei de suc de portocale stoarse, demachiată, hirsută, top-modelul ieşind din W.C., toate acestea înfloresc în prezent în reviste. Recursul sistematic la culorile primare, un pic şterse, albastru, roşu, galben, mult galben, culoare peiorativă în Occident şi larg nuanţată tocmai din acest motiv, i-aduce pe cititori într-un stadiu infantil. Paginile au alură de cofetărie în vrac. Cofetăria este mama confuziei. Totul este chimic. La fel cum imaginile din „Loft” sunt subtitrate pentru ca spectatorul să înţeleagă bine ceea ce priveşte, gen „Samantha şi Jessica discută despre coafura lui Cyril”, la fel cum France Info a sistematizat reportajul tocat mărunt – „Anunţ: în Marea Britanie unii au decis să revină în anul acesta în ciuda timpului nefavorabil” sau lansare intempestivă de genul „Tuturor ne place în Marea Britanie! Chiar şi când plouă ne petrecem aici concediile, încălţaţi cu cizme” – ei bine, în acelaşi fel presa subliniază cu scris mare fluorescent ceea ce trebuie să vedem, să privim şi chiar să citim. Recursul la carne este sistematic; ni se atrage atenţia asupra celor două mâini care se strâng, asupra fermoarului deschis, asupra sânului care ţâşneşte din corsaj. Merge repede, prinde. Totul se livrează cu semn de exclamare. Uită-te aici! Uită-te dincolo! Peste tot.

Lansarea la 30 martie 2006 a revistei GUTS[32] cu un

31 *Emisiune de televiziune de tip Big Brother (n. tr.).*

32 *Revistă erotică franceză; Sébastien Cauet este animator şi producător TV (n. tr.).*

Cauet drept muză, meşter la cârmă şi mare idol, a consacrat emergenţa produselor informative de proastă calitate ieşite din spectacolul televizat aplecat asupra unei personalităţi. La început spectatorii şi cititorii au fost integraţi cu forţa într-o familie. Se renunţă la numele de familie, se face loc prenumelor. Te pui cu Cauet? Trataţi cu simpatie ca nişte apropiaţi, aceşti „francezi" sunt la fel ca şi toţi ceilalţi reduşi la un „eşantion", chemaţi să poarte lanţul întrebărilor în programele candidaţilor la alegerile prezidenţiale: „Da, şi acum o întrebare de la Bernard despre retragerea... şi în continuare va fi rândul Jacquelinei"... *GUTS*, al cărei public-ţintă era definit ca „masculin, sexy, licean", era acompaniată de o profesiune de credinţă care prevedea că apariţia noii reviste avea ca scop „să sugereze tinerilor puncte de reper", „oferind o lectură snack". Eşti de-a dreptul stupefiat în faţa unei informaţii vândute ca biscuiţii la apetitiv! Limbă de lemn cu rezonanţe: „Fiecare număr debutează printr-un interviu realizat «în stilul său inimitabil» (sic!) de către Cauet. Poporul, sportul etc., vor trece toţi prin mâinile lui... Şi în mod sigur nu e întâmplător că a ales să înceapă cu Victoria Silvstedt şi Carmen Electra!" decreta teasingul. Doar că aceste două tinere fermecătoare pe care le-am putea califica drept „curve", fiindcă s-au livrat ca atare, sunt necunoscute plebei – o aşa concepţie despre interviu nu ne va reda încrederea într-o presă aflată în agonie. Iată cum invadează universul stilul *gossip*, amintindu-ne cu cruzime de cuvântul lui Paul Claudel: „Important este nu să faci bine pe pământ, ci să împiedici ca răul să-l depăşească". Mă tem că lupta e pierdută, e prea târziu. Iată revista *Public* care oferă cititorilor următoarea secvenţă: „Salut bârfitorilor!" şi „Salut de bârfitor!"...

Aşa-zisa presă de „referinţă" nu scapă de degringoladă. Marile reviste de ieri au îngenuncheat. Când directorul general al LVMH, Bernard Arnault, celebrează

căsătoria fiicei lui mobilizând pagini peste pagini din *Paris-Match*, când Bernard-Henri Levy, remarcabil de altfel prin denunţarea genocidului de la Darfour, apare pe o pagină dublă a aceleiaşi reviste într-o fotografie construită magnific, în costum, flancat de un combatant în uniformă şi înarmat cu mitralieră, aşezat pe capota unui Jeep, avem deja un exces de regie. Este un exces de planificare, un mediu care devine mesaj, cum spunea MacLuhan, iar mesajul e din ce în ce mai grosolan. Ne explodează drept în faţă.

Apariţia pe piaţă a unei prese gratuite – o expresie improprie – a confirmat ipoteza unei prese pe bani care nu valorează mare lucru. În cazul acesta e clar, nu valorează mai nimic. Finanţate de publicitate, distribuite cu titlul de prospecte, frunzărite şi aruncate la coşul de gunoi, reviste gen Meâtro, *20 minutes* şi *Direct Soir* iau parte la asasinatul informaţiei scrise. E posibil ca aceste cotidiene să devină jurnale excelente. Lumea de mâine va fi probabil una a gratuităţii, dar pe moment afirmaţia e mai mult decât atenuată. Dacă vorbim de vulgaritate, ea constă aici în a crede că a plăti şi a lua ar fi sinonime şi că cel mai mic efort ar echivala cu angajamentul. Nu! A cumpăra un ziar şi a-l apuca pe acela care vi se întinde nu duc la acelaşi raport cu lumea şi cu lectura: Ceea ce ni se întinde ni se aruncă!

Politică

Prin grija pentru dinamism şi pentru deschidere către societatea civilă, stânga a făcut să intre la guvernare un personaj care a umplut repede cronicile: Bernard Tapie. A fost o turnură în politică, fiindcă omul acesta a întreţinut în mod constant confuzia referitoare la funcţiile sale, azi om de afaceri, mâine cântăreţ, actor de cinema, de teatru, supus unei analize minuţioase, spălat de orice urmă de

îndoială, şi apoi supus din nou unei examinări. Cu impertinenţa sa, cu faţa lui de băiat dezgheţat din Paris, costum adoptat imediat şi de Jean-Louis Borloo, cu acelaşi aspect şifonat (ai crede că superministrul vrea să reabiliteze vechea figură simpatică de boschetar de pe cheile Senei ori din faţa porţilor de garaj), Tapie prefigura valul Berlusconi. Adică întreţinerea opacităţii între media şi politică. Că Jean-Louis Borloo, ministru, e logodnicul prezentatoarei de jurnale TV Béatrice Schönberg ţine de anecdotic (la fel şi faptul că Marie Drucker e prietena lui François Baroin sau Christine Ockrent este logodnica lui Bernard Kouchner). E semnul unei conivenţe a mediilor, al existenţei reţelelor. Dar Berlusconi e un *network* prin el însuşi! Cioplit ca un etern enoriaş, cu vestoanele lui în carouri, de patron de IMM-uri nou-venit în lumea afacerilor, el cultivă un look apretat mai şic decât al tuturor miniştrilor noştri şifonaţi şi înfierbântaţi. Eleganţa lui demodată este rodul unei strategii politice care vizează să atragă simpatia clasei de mijloc italiene. Berlusconi se opune vieţii burgheze a familiei Agnelli, stăpânii Piemontului după Dumnezeu, ai Turinului, ai Fiatului. Vestelor lor din *tweed*, foarte *british*, Berlusconi le opune hainele lui ieşite din *pressing*. Pliul pantalonilor are rigiditatea caracterului său de fier.

Aparent ţintuit ca un tinerel invitat să participe la o emisiune TV despre „realitate”, Berlusconi încarnează majoritatea tăcută, care nu se ofuschează de pătrunderea în sferele puterii a oamenilor de media a căror origine a succeselor rămâne obscură. Fuziunea dintre politică şi spectacol anunţă intrarea lumii occidentale în democraţia televizuală. Au pus politicile mâna pe media precum în Rusia, ori media a pus mâna pe politică precum în Italia? Trăim în era confuziilor. O eră a postdemocraţiei, după cum susţine directorul de la *Monde diplomatique*, Ignacio Ramonet, ca să justifice emisiunile populiste ale

preşedintelui venezuelean Hugo Chavez. În cursul acestor maratoane în direct repetate în fiecare duminică, liderul neocastrist discută prin telefon cu cetăţenii şi le rezolvă problemele pe loc. „Tovarăşe ministru al Echipamentelor, să-i trimiteţi trei metri de ţeavă din cauciuc acestei doamne ca să se poată racorda la fântână – Da, tovarăşe Preşedinte!”

Să ne amintim de Valéry Giscard d’Estaing, scriitor ales în Academia Franceză pentru profunzimea romanelor sale libertine, care a fost în Franţa promotorul contactelor „cetăţeneşti”: să faci campanie prezidenţială televizată în pulover, să stai aşezat la birou, să mergi pe jos pe Champs-Élysées în seara alegerilor şi mai ales să iei cina la francezii de condiţie medie, micul dejun cu măturătorii şi să asişti la concerte de acordeon. Cu cât eşti mai grosolan, cu atât merge mai bine. Există o vulgaritate de dreapta (Jean-Marie Le Pen, Bruno Mégret, Pierre Poujade, Cid-unaţi, Roselyne Bachelot, ecologistul de şoc…) şi o vulgaritate de stânga (Michel Charasse ca ministru de Finanţe mai coluchian decât Coluche[33], Arnaud Montebourg – falsul aristocrat condescendent – „ce mai faci, dragule?”) şi poate şi o vulgaritate centristă. La stânga găseşti aroganţa de a fi depozitarul socialului, de a fi cultura, de a avea întotdeauna dreptate, la dreapta – o aroganţă a acţiunii, a banului, la centru aroganţa fuzională, frământată de morală, de lecţii de dat şi de eschive în lanţ. Şi, bineînţeles, toate acestea se amestecă în vulgaritatea afacerilor: Alfred Sirven, arestat în cămaşa lui cu carouri, Jean-Christophe Mittenând, fiul preşedintelui, decăzut, rotofei şi cu bentiţă – ce trist!

În timpul ultimei campanii electorale din 2007, era ceva obişnuit să asculţi *vox populi* formulând critici dure la adresa personalului nostru politic. Era denunţată în mod constant vulgaritatea argumentelor, a sloganurilor, a

33 *Umorist francez cu un repertoriu de glume relativ grosolane.*

micilor fraze polemice. Este adevărat că sărbătorirea alegerii lui Nicolas Sarkozy în cea mai înaltă funcţie în stat a surprins pe mai mulţi. Trecut de emoţia primului discurs şi aflat într-o cursă între vehicule oficiale şi motociclişti cu camere de filmat, îl puteai vedea pe ales luându-şi tălpăşiţa către hotelul Fouguet's! Bineînţeles, restaurantul acesta celebru avea dublul avantaj de a fi situat la doi paşi de Place de la Concorde şi de a fi cunoscut de toată lumea: *The new French president is meeting with friends at the restaurant Le Fouguet's, on the Champs*-Élysees[34], dar totuşi ce spot! Şi ce mai prieteni! Johnny şi logodnica lui, Jean Reno, Christian Clavier. Am auzit chiar un prezentator TV şi animator al dezbaterii de după ieşirea de la urne când îi tăia cuvântul fostului prim-ministru Laurent Fabius, stupefiat: „Vă întrerup, va lua cuvântul Johnny!" Apoi a fost rândul starurilor şi al VIP-urilor să ne facă de ruşine: Mireille Mathieu şi coafura sa castron mai mare ca niciodată, Gilbert Montagne, cântăreţii din insule şi dansatorii care-şi agitau dosul în umbra pălăriilor din plastic aurit... Vulgaritate sau demodare? Să fie una şi aceeaşi? Vulgaritatea e o nonsofisticărie, un antifarmec? Chiar şi noul ales avea un aer abătut. Promovarea onorurilor oficiale în stilul TV de joasă speţă îi suna ca o ameninţare. Riscul de a trece cu plugul peste adevărata cultură se simţea în aer.

Mediocrităţii generale a dezbaterii, absenţei ei, discursului şters din cauza temerii ca adversarul să nu instrumentalizeze cea mai mică greşeală, le-a urmat o chermeză. Câştigaseră, deci puteau s-o facă lată! Fără-ndoială, era un exces. Dar pe Sarko îl durea la bască; devenise proprietarul unei bune părţi din electoratul lui, ba chiar al adversarilor. Reuşise să şutească pentru el Franţa proprietarilor – iată, de fapt, care era vulgaritatea

34 *„Noul preşedinte francez se întâlneşte cu prietenii la restaurantul Le Fouquet's de pe Champs élysées" – în lb. eng. în original (n. tr.).*

ultimă.

Răcnitul la experţi

„Nu mai credem în experţi, rezumă Yves Mamou, jurnalist la cotidianul *Le Monde*. Mai întâi pentru că, de exemplu în domeniul medical, aceştia sunt adesea înfeudaţi marilor laboratoare farmaceutice, ceva cvasiobligatoriu dacă vor să obţină informaţii. Apoi pentru că şi-au pierdut tot creditul în scandalul cu sângele contaminat.”[35] Consecinţa e că se apelează la oamenii din popor pentru a-i înlocui nu doar pe jurnalişti, ci şi pe ingineri, pe responsabilii sanitari, militari… Pe drumul de la TGV la locul unui „meeting participativ” organizat de Ségolène Royal lumea politică se descarcă în astfel de transmisiuni. Guvernarea bună este cea care ştie să filtreze dorinţele celor de jos. Aşadar jos cu ai noştri experţi, vulgari ca totdeauna, fiindcă sunt aureolaţi de o cunoaştere care-i separă de realitate, afară cu aceşti presupuşi savanţi, autoproclamaţi, membri ai seraiului, ştampilaţi cu diplomele marilor lor şcoli, recunoscuţi cu toţii de mediul lor, de reţelele lor, dar mai degrabă dincolo de ele! Noi înşine, interogând un profesionist al presei referitor la ce înseamnă pentru el vulgaritatea, am primit acest răspuns acid: „ştia scriu un eseu despre vulgaritate şi nici măcar nu ştiu ce e!” Astăzi expertul e suspect, dispreţuit, temut. I se ghiceşte prea marea satisfacţie de a-şi vântura subiectul de cercetare. Maladie, virus, accidente, catastrofe, sărăcie, toate îi convin. Nenorocirea tuturor e sursa bogăţiei lui. Iar consecinţa ei e ştiută: incompetenţa. „Arhitect: uită tot timpul scara” semnala

35 *În Franţa, în anii ’80, a izbucnit un scandal de proporţii, după ce patru mii de persoane au fost infectate din greşeală cu HIV din cauza transfuziilor cu sânge contaminat. Laurent Fabius a compărut în faţa justiţiei, acuzat de omucidere involuntară, dar a fost achitat (n. tr.).*

Flaubert în al său *Dicţionar de idei de-a gata*.

Anonimat

Efectele publicităţii agresive televizuale şi radiofonice, postulatul unui jurnalism aproape de oameni, în care interviul luat pe stradă a devenit ceva aproape ritualic, le-au oferit candidaţilor un sfert de oră de celebritate. Toată lumea *se* exprimă, dar nimeni nu mai ajunge să vorbească. Nimeni nu mai îndrăzneşte să afirme ceva. „Ca la TV”, „ca la France Info” – iată că „se „a devenit o marcă. Cele mai inepte vorbe şi cele mai puţin angajante sunt avansate sub protecţia unui scut fonic: celebrul „se zice că” (care l-a înlocuit pe legendarul „vreau să spun”). „Se zice că de aici până la metrou sunt o sută douăzeci de metri”, „se zice că ne-au trezit pompierii”. De ce această inflaţie a lui „se zice că”? Fiindcă nimeni nu mai îndrăzneşte să vorbească în nume propriu. „Se „este chipul vulgarităţii moderne, masca ei. Se pălăvrăgeşte, se exprimă, se spun nimicuri. Se ocupă spaţiu. Formulele care îl utilizează sunt în floare. „Se vorbeşte despre osteoporoză”. „Sunt responsabilă, dar nu sunt vinovată” spusese Georgina Dufoix[36] pe vremea când nu era încă *reborned christian*. Chiar şi mai responsabilă, ar trebui spus acum. E paradoxul unei epoci în care toată lumea trebuie să „gestioneze”, să-şi „asume” ceva. E vorba de aceea „asumare” de care ne vorbeşte Emil Zola, acest celebru acuzator. Dispariţia progresivă a subiectului s-a consolidat printr-o succesiune de formule cum ar fi „la nivelul”. „La nivel de poluare problema se agravează” –

36 *Ministrul Afacerilor sociale şi Solidarităţii naţionale între 1984–1986. A fost implicată în scandalul sângelui contaminat şi a fost acuzată în 1993 de uciderea involuntară a trei persoane, dar scoasă de sub urmărire în 1999. Într-o emisiune pe TF1 s-a apărat rostind cuvintele de mai sus. S-a convertit în această perioadă la protestantismul evanghelic (n. tr.).*

iată, de exemplu, o expresie care are avantajul că nu acuză pe nimeni. Altceva e să afirmi: „A face reclamă dieselului este criminal pentru că dieselul poluează mai mult decât benzina”. De această dată vinovatul, dieselul, e desemnat. Expresia „se spune” permite evitarea acestei orori de a lua partea cuiva. Iar vulgaritatea constă aici în dezinteresul faţă de precizie, în refuzul efortului pe care îl solicită verificarea oricărei informaţii şi întreaga ucenicie întru cunoaştere. Dispariţia subiectului şi anonimatul mulţimii. Nu se vorbeşte despre vulgarităţi scornite „nici nu se ştie de unde”?

Destituirea politicienilor şi jurnaliştilor a dat naştere acestor monştri care sunt eşantioanele de „oameni adevăraţi”, nişte adunături de falşi naivi şi adevăraţi idioţi. Ceea ce era de resortul argumentării contradictorii a devenit o zeamă searbădă. De fiecare dată parcă se parodiază o conferinţă de presă a regelui din Maroc. Jurnaliştii, interpuşi printre indivizii X, Y, Z, le pun întrebări de complezenţă şi nu discută niciodată răspunsul. Dezbatere cu sens unic. Pompă şi dezumflare.

Lumea pe dos. Într-o altă epocă, într-un univers despicat în patru de cercetarea universitară în care discursul savant se învăluia în meandrele concretului, în care vorba sociologilor „totul se petrece ca şi cum” se apropia şi se împletea cu „probabil s-ar putea spune” tipică antropologilor, iată apariţia ca un cataclism a noilor filosofi de la 1976. Purtaţi de indignarea izvorâtă din revelaţiile lui Soljeniţîn, gânditorii îndrăzneau dintr-odată să afirme, să etaleze opinii, să se ralieze, să se indigneze. Vorbe precum „Eu spun că…”, „Eu cred că…” ţâşneau ici-acolo din gura unui Bernard-Henri Lévy, a unui André Glücksmann, a unui Jean-Paul Dollé. Desigur, se putea vedea naşterea unui nu ştiu-ce-fără-de-jenă în gândire. Unui soi de dat în spectacol al conceptelor. Era chiar miza din acele vremuri. Calea era pregătită. Şi vremea gândirii-spectacol. De atunci ea a

găsit un teren în expansiune prin cafenelele *filo* unde se soarbe până la îmbuibare solilocviul. Apoi inflamarea s-a curăţat şi tot ce a mai rămas, cu mici excepţii, e postura lipsită de gândire, rumoarea expectorată de *vox populi*, jurnalişti şi intervievaţi. Totul se petrece ca şi cum gândirea nu ar ţâşni din capete, ci din trotuare. „Socrate, fraiere!” vorba poetului protestatar Grand Corps Malade.

Popor

Mai dură e căderea. Celebritatea e o cale abruptă, prăpăstii ne aşteaptă la orice pas greşit. Fiindcă poartă în sine pierzania, notorietatea (ca şi sănătatea) e o stare în care nu se presimte nimic bun. Să o chemi, să ieşi în faţă, să vorbeşti prea tare, să te dai în spectacol, să atragi paparazzi… iată ce te poate catapulta deasupra semenilor, iată şi ce te poate declasa pe veci. Poporul e invidios, *Poporul nu iubeşte poporul*[37], proclama eseul lui Kouakou Ghabi Kouakou despre Coasta de Azur din vremea războiului civil. Remarca e valabilă pe toate continentele. Relele apucături ale celui ce crapă de gelozie sunt un jar mocnind. Şi aşa cum în societate se accelerează ritmul popularizării, tot aici se produc şi anticorpii, dezgustul de dependenţă. Celebrităţile se succed, se vânează una pe alta. Formula lui Andy Warhol despre sfertul de oră de celebritate generală devenit realitate pentru toţi cei pe care societatea îi alege în cascadă. Pentru toţi ceilalţi, pe care eseurile şi romanele recente îi numesc invizibili, rămâne ca de obicei: „Nu, domnule, în seara aceasta nu este posibil. Este o serată privată”. Reveniţi.

Showbizul a ieşit la interval. Buum! Mulţi nu sunt decât nişte figuranţi de operetă, carne de tun. Sunt vulgari de atâta lăudăroşenie, de speranţe deşarte, de umflare

37 *Kouakou Ghabi Kouakou, Le peuple n’aime pas le peuple, Gallimard, Paris, 2006.*

derizorie în pene. Răspund la toate interviurile, sunt gura spartă a presei. Plebe bună să umple golul pe o pagină. Celebrităţile acestea nu au nimic de zis, dar sunt interogate despre tot. Nu-i nimic. Ei sunt halebardierii presei moderne. Jurnalul de duminică, revistele, France Info îi scot ca rufele la zvântat. Oamenii adevăraţi, cercurile exclusiviste, VIP-urile, vedetele, personalităţile sunt în altă parte. Te ciocneşti de ei la festivaluri, îi vezi alunecând pe mochetele moi din holurile hotelurilor, folosind permisul de trecere la ieşirea din aeroporturi, aşteptaţi, doriţi, celebraţi în marile restaurante. Desigur, elitismul mult promis este adumbrit un pic de frecvenţa cu care companiile care investesc ca sponsori în susţinerea evenimentelor îşi asigură protejaţii de caracterul „exclusiv” a ceea ce au convenit cu ei: călătorie de presă, vernisaj, vitrine cu artişti în promo, vânzări private… Înşelătoria acestor „bune relaţii” cu iniţiaţii îndură asaltul masificării. Peste tot găseşti ceea ce exclude, nicăieri ceea ce include. Totul e suprafaţă şi decorul se şterge cu buretele sau cu jetul, cu un Kärcher, ca o pânză ceruită. Michel Lang îşi intitulase deja în 1980 unul dintre filme *Toţi sunt vedete*, adică vedete măsluite, de mâna a doua.

Astăzi, la braseria Lipp din intersecţia Saint-Germain, se regăsesc la aceeaşi masă pentru a dejuna fiinţe care nu ar fi trebuit să se întâlnească acolo niciodată, regizorul Claude Lanzmann şi un erzaţ tip Ophélie Winter, de pildă. „Frumoasa şi bestia”, iar acum bestia şi bestia. Iată vulgaritatea nivelării ce dezvăluie concupiscenţa intelectualilor care „s-au ajuns”. După ce ai trecut peste un anumit prag de notorietate şi de colesterol, vulgaritatea rimează cu sexualitatea. Aşa se face că în numărul din 13 noiembrie 2006 al revistei *Gala*, Patrick Roman, autorul *Generaţiilor* şi talentatul documentarist pe care îl ştim, face obiectul unui reportaj „love” unde pozează alături de soţia sa, actriţa Florence Pernel. Teamă mi-e că din toată

cariera lui doar biografia lui Yves Montand rămâne, iar din această biografie plină de amintiri şi de perspective politice doar partea cea mai showbiz. Aceasta este o eră a confuziei în care gânditorii cufundaţi în *People* nu mai au nevoie de onorurile presei decât ca să-şi facă din existenţă un romanţ pe hârtie!

„Desigur, era o vreme, zice comediantul Vincent Lindon, când eram un pic mai reţinuţi. Acum, gata! Ne-am dat drumul din toate părţile! Pe ăia care se pricepeau să exercite o meserie de excepţie – politicieni, actori, Blum, Gaulle, Mendès France sau Jouvet şi Blier – i-am înlocuit cu indivizi gen Depardieu, odinioară uriaşi, astăzi actori de seriale TV”. Fireşte că ne putem uita la *Regii blestemaţi*, dar putem face asta fără să blestemăm epoca în care se plânge şi se îngreţoşează o Jeanne Moreau, cu liftingul ei de coşmar? Îţi dau dureri de cap nulitatea cinematografică şi o cadenţă a înlănţuirii planurilor ca în acele clipuri sau flash-uri prăfuite gen „France Info”. În acest serial, semnat de impresionanta şi excentrica… Josée Dayan, costumul roşu ţipător al lui Philippe Torreton avea izul incitant al unei reclame subliminale la… sos tabasco. Oricât de medieval ar fi vrut să fie, *curtenesc* era mult spus.

Pathos

Statutul de „vedetă” populară nu e posibil astăzi fără eliberarea pathosului. E nevoie de expunerea pe tavă a sentimentelor. Vulgaritatea epocii noastre îşi găseşte terenul de expansiune tocmai prin abolirea limitelor teritoriale dintre sfera publică şi cea privată. Nenumărate sunt ticurile care exprimă această deplasare şi o susţin. Când un *star* îşi pierde tatăl, se repetă până la saţietate că „Duchmol şi-a pierdut tăticul”. Pe pliantul campaniei electorale pentru legislativele din 2007, deputatul socialist al celui de-al 13-lea arondisment, Serge Blisko, pozează

alături de locţiitoarea lui. La el putem citi: „tată al unui fiu”, la ea „mamă a unui băieţel”. De fapt, nicio categorie a societăţii nu e mai cocoloşită de această familiaritate de divan. Un incident la masă în timpul unui prânz de familie la restaurant şi chelnerul se şi grăbeşte să întrebe: „Este vreo problemă cu farfuria tăticului dumneavoastră?” Contează doar să stai în pătuţul de nani, să nu mai vezi ceea ce este simbolic, să-l înlături din nevoia de a percepe doar ce e intim. „Am miliarde de defecte, dar sunt întreg” spune animatorul umorist Patrick Sébastien. *Le Parisien* din 23 octombrie 2005 plasează acest citat peste un altul, propriu. Cum să nu sesizezi sub mărturisirea tandră moliciunea vulgară a intenţionalităţii mascate de mesaj? Maniera aceasta de a acţiona pe ascuns, de a vorbi cu jumătate de gură pentru a tăinui manevra – iată vulgaritatea în acţiune. Bineînţeles, dacă mesajul prinde, dacă e luat la primul nivel, vulgaritatea procedeului va fi imperceptibilă, dar e de ajuns ca un lucru mic să sugereze calculul şi s-a dus de râpă. Iat-o pe Paris Hilton, moştenitoarea lanţului de hoteluri, icoană a vulgarităţii numai plete şi sâni pentru toată lumea, cu căpăţâna aurită, silabisind presei: „Acum cânt pentru că vreau să dăruiesc publicului ceea ce mi-a dat”. La fel şi altă actriţă care, plină de emoţie, ne trimite o pastilă cum că „nu mai ştie dacă joacă pentru a se destăinui sau a se ascunde”, sau un animator de talk-show televizat care repeta până la saţietate, cu o aură de profunzime, că „în viaţă, important e să mergi până la capătul aventurii”. Ce pălăvrăgeală umflată şi fără sens!

Aceeaşi poveste în următoarea reclamă publicată în ediţia din *Le Monde* din 11 şi 12 iunie 2006 care semnalează atribuirea celui de-al 4-lea premiu al Educaţiei naţionale filmului Sofiei Coppola *Marie-Antoinette*. Premiul e decernat de către un juriu de învăţători şi de elevi prezidat de Frédéric Mittenând. În discursul acestuia

citim: „ş… ţ pentru maniera în care biciuie cu o incomparabilă eleganţă închistarea narcisistă, pentru tirania modei, luxului, plăcerii – maniera în care această tiranie e înfăţişată cu luciditate şi tandreţe”. În această tiradă bombastică, în care se amestecă tirania şi tandreţea ca într-o serată sado-masochistă uşor inhibată, se vede cum filmul Sofiei Coppola, sub acoperirea reconstituirii istorice, este de fapt a *n*-a manieră de a filma o serată cool şi îmbrăcăminte şi închiderea galei Fashion Week din Londra. Procedeul e admisibil câtă vreme filmul vizează un public de redactoriţe de modă, dar virtutea sa pedagogică rămâne discutabilă. Prin urmare, vulgaritatea mitterrandiană ţine aici de o triplă escrocherie: cu privire la valoarea istorică a documentului, la denunţarea tiraniei care i-ar fi subiacentă şi la maniera lejeră de a intui tirania ca o pereche de pantofi care provoacă bătături. Vulgaritate a tinereţii poleite cu sclipici. De ceva vreme, scriitorii care s-au autopromovat drept „noii husari”, în cea mai mare parte jurnalişti la *Figaro*, şi-au înmulţit romanele în care culmea atrocităţii era să bei şampanie răsuflată. Răsuflat, într-adevăr, era stilul lor, la fel de uşor ca o bulă de Clicquot.

Intenţionalitate

În ziua în care scriitorul X a dobândit Premiul Renaudot, editorul i-a şoptit la ureche: „Am ajuns la limita vulgarităţii”. Dar de ce? Pentru noi, neiniţiaţii, e o recompensă meritată adusă autorului pe care îl apreciem. Dar nu şi pentru el – care pare să ştie mai multe decât noi. Să fie oare din cauza a ceea ce a trebuit să urzească, în stilul în care se trag sforile prin juriile literare, pentru ca autorul lui să obţină acel premiu? Şi cum el cunoaşte intenţionalitatea gesturilor lui, le percepe drept vulgare. Nu pentru toată lumea vulgarul e vulgar.

Pe vremea când relaţiile publice căzuseră în sarcina lui Gilles de Robien, pe atunci primar în Amiens, acesta s-a răţoit autoritar la ziarişti în timp ce era ocupat să-i îndepărteze de maşini pentru a se duce la Paris: „Ne ducem să recucerim spaţiul… Sunteţi buni ca înainte de a pleca să vă luaţi la-la-labele?” Am simţit deodată cum toată buna-cuviinţă burgheză s-a făcut una cu pământul. Iată-ne prinşi în mocirlă. Odinioară, când cineva trăgea o înjurătură o întrerupea pentru a o travesti şi ajungea la inepţii de genul: „Dum… mica mă-sii!” Dar tehnica asta merge doar într-o zi din şapte. Când lumea zice „cacao” în loc de „căcat” este un soi de mască, ca atunci când ştergi farfuria cu o bucată de pâine înţepată într-o furculiţă, ca atunci când îţi maschezi gura pentru a-ţi curăţa dinţii. Vulgaritatea înseamnă sentimente negative travestite. Antisemiţii ascunşi spuneau „israelit” în loc de „jidan”. Intenţionalitate dezvăluită – iată un semn de vulgaritate. Atenţie la intenţie!

Intimitate

Ce anume caută să dezvăluie recurgerea la intimităţi? În ce constă manevra? Pentru critica de film, formula convenabilă care merge aproape în toate peliculele este „tandru şi caraghios”. Să scurmi foarte adânc, să răscoleşti sentimente foarte „omeneşti”, să ţinteşti spre un scop neînsemnat. Iată tradiţia franceză a proverbelor noastre care glorifică mulţumirea cu puţin: „Ce-i în mână nu-i minciună”, „Cine vrea să plece la drum lung îşi adapă măgarul”, „Cel care doarme uită de mâncare”… Mai presus de orice contează să abolim simbolicul ca să rămânem numai cu pijamalele boţite şi mirosul de cearşafuri de pat. Pentru orice abordare a conceptului de incest sau de viol ne vom mulţumi cu

mărturiile Christinei Angot[38], ale lui Christophe Tison[39], Clementine Autain[40], citaţi la întâmplare şi de-a valma. De altfel valul de autori din categoria „plângi cu hohote”, care se tăvăleşte printr-o destul de mare mulţumire de sine (în ce mă priveşte, am scăpat, m-am extras din mocirlă), valul acesta de autori care-şi exhibă bolile se umflă şi se tot umflă. Atac cardiac, cancer, depresie… deschiderea sălilor de operaţie, frenezia spitalelor de urgenţă! În mod cert, dai peste o groază de riscuri în meseria literară! Într-o societate în care fascinaţia greţoasă pentru pedofilie a condus la rătăcirile Afacerii Outreau[41], ghicim cam ce obscenităţi se târăsc prin această maculatură. Într-o palinodie de felul acesta în care toată lumea se dă în spectacol de florile mărului se joacă de fapt vinderea pe nimic a singurului univers propriu. În acest sens nu se mai schimbă mare lucru fie că eşti cunoscut, fie că nu. Fiindcă ai fost „văzut la TV” valul ori te ridică în slăvi, ori te electrocutează de viu. Dar se înţelege că întreg balamucul e aureolat de umbra incestului. Şi de altminteri cititorii se năpustesc la orice istorie de familie, iar succesul ediţiilor franţuzeşti regurgitează romane scrise de „fiul sau fiica lui…”, de Justine Lévy[42], Emmanuel Carrère, până la memoriile amiralului Philippe de Gaule ori ale Bernadettei Chirac în rolul de nevastă cu coarne, dar stoică. Dincolo de surlele şi trâmbiţele lor, îi uneşte acelaşi sistem de curte. Franţa e monarhistă până şi-n pubelele ei. Recentele succese de librărie ale lui Éric Besson cu *Qui connaît*

38 *Autoare a romanului erotic Incest (n. tr.).*

39 *Jurnalist de la Cosmopolitan (n. tr.).*

40 *Directoare a revistei Regards, om politic şi membru al mai multor mişcări feministe. A mărturisit că la douăzeci şi trei de ani a fost violată sub ameninţarea unei arme albe (n. tr.).*

41 *Proces intentat împotriva unei presupuse reţele de optsprezece pedofili, dar în care nici unul nu a fost condamnat, deoarece martorii şi-au schimbat declaraţiile iniţiale (n. tr.).*

42 *Fiica lui Bernard-Henry Lévy (n. tr.).*

madame Royal? la Editura Grasset, sau al lui Azouz Begag *cu un mouton dans la baignoire*, Fayard, 2007, sunt încă ilustrarea acestui fapt. Uciderea tatălui şi a mamei, renegarea, răzbunarea, mânjirea a ceea ce a fost adorat – iată reţeta succesului. Sângele stoarce banii.

În *La Fatigue* de *tre' soi*[43], Alain Ehrenberg arăta cum starea depresivă, maladie a intimităţii, s-a preschimbat în patologie „societală". Fiindcă exhibiţionismul a devenit marca de fabrică a telerealităţii, totul trebuie să fie expus, supraexpus, cu riscurile de orbire pe care le dezvoltă. Omul vulgar spune tot, extermină potecile secrete. Făpturile fără mister devin vulgare. Ele dezvrăjesc universul prin platitudinea atitudinii lor despuiate de farmec. Vulgaritatea este pierderea farmecului în avantajul chemării la ordine: „Priveşte-mă!" Iată de ce presa de proastă calitate se afundă în vulgar dezvăluind ceea ce e intim. Ea pătează, la fel cum lampadarul care împroaşcă prea multă lumină îţi intră în ochi, nivelează, goneşte umbrele şi reliefurile.

Şi mai şi orbeşte. În câţiva ani problema căsătoriei gay, care nu era decât o dezbatere a specialiştilor, a devenit crucială. Demarcator al progreselor sociale, linie de fractură, această problemă a invadat spaţiul public. În numele libertăţilor individuale s-au plasat camere de luat vederi în dormitoare şi nu numai: în culise, în pisoare.

Un joculeţ.

Pentru cei care se ocupă cu scrisul, cu vorbitul la microfon sau cu datul din gură: acum nu mai jucăm doar name dropping, adică să căutăm să spunem cât mai multe nume cunoscute într-un minimum de timp, ci trebuie să facem încă un pas şi, plecând de la sex încrucişat, să ne aflăm poziţia proprie în orgie. Dacă X a sărutat pe Y, care s-a culcat cu E, care a fost ex-a lui U, care este amantul lui V, care s-a căsătorit cu B şi, ştiind că B şi cu mine tocmai

43 *Alain Ehrenberg, La Fatigue d'tre soi, Odile Jacob, Paris, 1998.*

am avut un copil, la câte paturi distanţă mă aflu de X? Putem să o facem mai uşoară: La câte strângeri de mână distanţă eşti de Yasser Arafat? La câte paturi distanţă e Arafat de Paris Hilton? Ce şic! Ce distractiv! Ce modern!

REFLECŢIA UNUI AMIC: „IA TE UITĂ! EX-A MEA CU ACTUALUL TĂU!”

Bineînţeles, ca în toate spaţiile limitate, categoriile extirpate ale masei populare se sfâşie una pe alta, iar trădările se succed. Astfel, apariţia genericului „bobo”, socotit a se referi la o populaţie înstărită, burgheză, boemă, mai degrabă de stânga, hedonistă şi un pic egalitaristă, vorbeşte îndeajuns despre dispreţul revanşard faţă de cel avut… câtă vreme nu e la fel de avută! Drama e că adesea anatema e formulată de cei pe care ar trebui să-i atingă. Iată-l, de exemplu, pe Laurent Joffrin scriind cu toată condescendenţa condamnării într-un număr din *Libération*, al cărui director este, „De ce *bobo* îl votează pe Bayrou”. Când afli că cititorii de *Libération* s-au redus la pielea de pe os, încât nu mai numără decât parizieni, adică pe aceia care trec de obicei pe Saint-Germain-des-Prés, iese la suprafaţă ce înseamnă escrocheria şi chiar ura de sine. Vulgaritatea boemilor-burghezi e tocmai aceea care permite orişicui să-şi condamne semenii. E de astă dată o vulgaritate a orbirii, a unei presupuse atotputernicii de cenzor care s-ar bucura de o viziune de ansamblu care-l cocoaţă deasupra ălora vulgari. Dar tocmai în piaţa Enfants-Rouges, pe strada Bretagne din Paris, pe această stradă pe care nu poţi spune dacă eşti sau nu, chiar aici te poţi întâlni cu edilul ecologist Noël Mamère, în ţinută lejeră, cu converşi roz, contraponderea sexy a ghetelor sale prăzulii.

Se mai întâmplă şi ca lenevia să plece în delegaţie. Aşa e cazul cu acel ex-ministru al Educaţiei care se ofusca fiindcă presa, hărţuindu-l fără încetare, denunţase pomenile de care beneficia soţia lui. Mereu alături de el,

potrivită pentru rolul de secretară particulară, consilieră, se pare că a fost investită, ca şi soţul ei, de preşedintele Republicii în persoană. Şi iată că însuşi ministrul acesta, invitat pentru a-i asigura publicitatea ultimei cărţi, coboară din avionul în care a călătorit la „clasa business”, flancat de soţia lui. Şi în timp ce se dedă mondenităţilor, cocteilurilor şi şedinţelor de autografe în librăriile locale, ea, tolănită în camera celui mai bun hotel, urmează şedinţe, gratuite bineînţeles, de talasoterapie. Cecitate sau discurs dublu? Unde e vulgaritatea?

Un alt ministru, al Culturii de astă dată, care trebuia să se ducă în Italia pentru a susţine promoţia unei biografii semnate de el, dar scrisă de un negru, la întrebarea „La ce hotel doriţi să înnoptaţi?” a lăsat-o pe nevastă-sa să răspundă: „La cel mai scump!”

4. Bişţari

Din platină, vă rog!

„Naiba să-i ia de sărăntoci!” urla Jean Gabin în filmul lui Claude Autant-Lara din 1956 *La Traversée de Paris*. El depune în felul său mărturie că sărăcia înseamnă vulgaritate, după cum minunat rezumă şi proverbul evreiesc: „Nu-i nicio ruşine să fii sărac, dar nici nu-i motiv de laudă!” Cine-şi expune portofelul gol e din acelaşi aluat cu fiţosul cu buzunarele doldora de parale. Întotdeauna burghezul s-a discreditat vorbind despre bani. „La noi nu se vorbea despre bani la masă”. Banul e limbajul universal, un esperanto, un jargon care convine tuturor şi nu face nazuri. E noroiul în care e bine să ai mâinile afundate. Banul trece din mână în mână, asigurând transmiterea microbilor. E un vehicul anonim care mizează pe diferenţe, care face saltul de la unii la alţii. Dacă ai mototolit ceva bancnote ar fi bine să te speli pe mâini. Banul pătează.

Corupe. Politica e contaminată de afaceri. O imagine vulgară: un ales al poporului cu manşetele suflecate, aplecat, aruncând vrafuri de documente în concasorul de hârtie.

O bancă mare e anonimă şi nu are ieşire la stradă. Se ascunde la etaj, iar uşile se deschid doar pentru asociaţi: trebuie să fii membru, la fel ca în cazul cluburilor cam suspecte. De asemenea reguli ascultă gestionarea conturilor private care se efectuează la umbra geamurilor fumurii. Păstrezi tăcerea în privinţa veniturilor, nu-ţi dai salariul, nu mărturiseşti că te încadrezi la ISF[44] – iată câte strategii de a rămâne privilegiat, de a te ţine deoparte!

Când dreapta a ajuns la putere am avut iar de-a face cu nume interminabile. Tot felul de Renaud Donnedieu de Vabres şi Dominique Galouzeau de Villepin…! A trebuit şi să schimb formatul etichetelor pentru curieri!

„O şleahtă de ursuzi zgribuliţi” – astfel caracteriza Arthur Schopenhauer societatea burgheză. Se ştie că evitarea discuţiei despre bani, despre gologani, e o chestiune tipic franţuzească. Salariile sunt secrete, primele – un mister, plăţile compensatorii dezvăluite – un scandal strigător la cer. Eşti vulgar dacă-ţi afişezi „mălaiul”, dacă „faci praf cardul”, dacă te „spargi în figuri”. Eşti vulgar fiindcă eşti nereţinut, relaxat şi… de invidiat. Se poate ca insulta de vulgaritate să trădeze la finiş o invidie la fel de vulgară din partea celui care o proferează. Filmul Alexandrei Leclère, *Le prix* ai *payer* (2007), devoala toate aceste realităţi cu o autenticitate şi o mediocritate stupefiante: „Nu dai curul, nu vezi bani!” Să reamintim intriga acestei capodopere a celei de-a şaptea arte: sfătuit de şoferul său, Christian Clavier hotărăşte să-i suprime nevestei cartea de credit atât timp cât nu mai vrea să se culce cu el. Doar e ceva normal într-un cuplu s-o mai

44 *Impozit pe care statul francez îl percepe de la persoanele cu un patrimoniu mai mare de şapte sute şaptezeci de mii de Euro (n. tr.).*

pună câteodată. Dintr-un zel republican egalitarist care nu ţine seama de diferenţele de clasă socială, şocante pentru un unanimist ramolit, şoferul scoate din pălărie pentru şeful lui acest sfat excelent pentru că şi el se află tot într-o situaţie de abstinenţă impusă. Democraţie, egalitarism în contraperformanţă – aceasta e Franţa! Şi mai este şi relaţia dintre sex şi portofel expusă crud în această formulare fără replică: „Fetelor, hai! În seara asta plătiţi cu chiloţelul!”

Poker

Televulgaritate sau, altfel spus, vulgaritelă. Zăngănitul lucitor îi momeşte pe parveniţi şi umbra se întinde pe averile căzute pleaşcă. Sunt feţele aceleiaşi monede. Bănetul ademenitor, sumele şi poturile mari, speranţa unei reuşite totale, a unei mari lovituri, îşi joacă propria carte. O fabrică mare de parale a înghiţit televiziunea şi publicul. Pe vremea monopolului de stat, când un singur canal făcea programul serilor în familie, jocurile mai apelau la ceva cunoştinţe. *Omul secolului XX* a lui Pierre Sabagh ţinea în priză oameni copţi la minte, care citiseră o grămadă de cărţi, care îşi încheiaseră lungul *cursus* al şcolii de stat. *Monsieur* Cineâma, emisiunea lui Pierre Tehernia, era accesibilă numai cinefililor. Dar apoi au venit canalele private şi totul s-a schimbat. Escrocheria financiară s-a întrecut – dacă putem spune aşa – pe sine. Jocurile s-au dedat unei bătălii şi mai acerbe decât cea care-i încleşta pe participanţi. Acum arată tot mai mult şi mai mult ca o puşculiţă în clocot. Televiziunea şi-a continuat apoi munca de subminare şi corupere transformând cultura într-un produs de marketing. Vulgarizarea culturii, armă a democraţiei, s-a preschimbat în propria ei caricatură. *Ştii şi câştigi* a devenit un *nec plus ultra* al activităţii cerebrale. În felul acesta vulgarizarea a

sucombat în vulgaritate. Toţi fanfaronii de la rătăcita Educaţie Naţională, toţi experţii militanţi denunţători ai „fabricii de cretini” şi ai „nivelului jos” au găsit acum cu ce să-şi întărească argumentele lor şi-aşa discutabile! Josnicia telejocurilor cu câştiguri în bani a incitat la verdicte fără nuanţă – un alt chip al vulgarităţii. Iată viaţa înţeleasă ca o extragere loto…

Sufixul „— itate” exprimă un „aspect pozitiv al personalităţii culturale, morale ş… ţ rezultate din apartenenţa la grup” în timp ce „— itudine” orientează sensul spre abstracţie şi, chiar dacă marchează în aceeaşi măsură apartenenţa la grup, conţine o nuanţă de alienare (datat din 1933, *negritudine* e probabil primul dintre cuvintele în –itudine) [45]. În contextul de azi saturat de multitudine, servitudine, solicitudine, solitudine, vicisitudini şi exasperări negative, *vulgaritudinea* pare să fie un cuvânt mai potrivit pentru descrierea realităţii lumii actuale. Totuşi *vulgaritatea* are trecere în practicarea curentă a limbii fiindcă ea exprimă în acelaşi timp o judecată morală, o formă de dinamism care suscită enervarea şi dezgustul. După Édouard Glissant, *creolitatea* semnifică o fixare a conceptului, în timp ce *creolizarea* exprimă o mişcare. Vulgaritatea fixează o judecată, în timp ce *vulgarizarea* exprimă mişcarea de extindere a cunoaşterii la un număr cât mai mare, fără să reducem însă complexitatea lucrurilor la nişte idei de-a gata. Cine aşteaptă aşa ceva de la televiziune riscă să fie dezamăgit!

Michel Palmieri e un specialist în jocuri de cărţi, mai ales în jocul de poker. „Multă vreme, zice el, vulgaritatea în joc consta în a-ţi exterioriza emoţiile: un câştig prea fericit, o faţă sfâşietoare la pierdere… Un jucător mare nu-ţi arată nimic! Dar după aceea, odată cu ascensiunea la putere a pokerului televizat (în Statele Unite există

45 *„-itudine, -tudine”, Dictionnaire historique de la langue française, sub îngrijirea lui Alain Rey, Le Robert, Paris, 1993, vol. I, p. 1059.*

unsprezece canale de poker din care două transmit partide încontinuu, iar în Franţa Canal + şi Eurosport au preluat obiceiul), au slăbit barierele reţinerii şi bunului-gust. Azi sunt forţate şi din cauză că jucătorii trebuie să fie staruri pentru a atrage spectatorii. Ei se confundă cu personajele pe care le întrupează. Ca să-şi înlănţuie spectatorii, să-i obişnuiască, rămân în pielea lor, fac din ele eroii unui serial, pe care să îi revezi cu plăcere, să le urmăreşti destinul, norocul şi nenorocul". Iată-i aşadar la masă pe *Hell's Angel*, pe *Fata cu Ţigara*, *Ochelaristul Mut*, *Asiaticul Impenetrabil*...

S-a întâmplat cu pokerul ceea ce a dus la transformarea tenisului din anii '70. Un sport până atunci cantonat în sferele elitiste s-a trezit propulsat de TV în toate sălile de mese. Apoi am văzut apărând huligani de circuit gen McEnroe şi după aceea jucători cu ţoale punk (Agassi). Publicul s-a ridicat să facă valuri printre fluierături. Când Rolling Stones au dat un concert pe Stade de France la câteva luni după ce Albaştrii au câştigat Mondialul din 1998, publicul nu s-a putut abţine. Între *Satisfaction* şi *Wild Horses* a fost o avalanşă de valuri isterice. *Wake up*, Brian Jones, ăştia au luat-o razna!

TELEVIZIUNEA CERE SPECTACOL ŞI DE ACEEA ÎŞI OBLIGĂ FIGURANŢII SĂ JOACE MAI BRUT, ÎN TOATE SENSURILE CUVÂNTULUI. DE ALTMINTERI ACTORII CARE SE ÎNDREAPTĂ CĂTRE CINEMA ŞTIU CĂ TELEVIZIUNEA LE IMPUNE UN JOC MAI PUŢIN NUANŢAT, MAI GROSOLAN. TREBUIE SĂ SUPORŢI CONSECINŢELE: UITAREA FINEŢII, REGĂSIREA JOCULUI MUT CA ARTĂ CONTROLATĂ, FIINDCĂ SPECTATORUL NU E CAPTIVAT, IA MASA, SE BÂŢÂIE, PRIN URMARE TREBUIE ACROŞAT ÎN FORŢĂ. TREBUIE SĂ ÎNGROŞI TUŞA, SĂ FII LA LIMITA VULGARITĂŢII.

În Las Vegas, oraşul jocurilor prin excelenţă, e un tărăboi necontenit menit să menţină mulţimile închise în

spaţii aclimatizate, într-o atmosferă de excitare lacomă. Un zgomot metalic de perpetuă cascadă, de cataractă înaltă de piese vomitate din maşini umplute cu parale constituie fondul sonor din care nimeni nu poate să scape, cu excepţia izolării pe care ţi-o conferă Ipod-urile şi alte cititoare de MP3. Totul e în aşa fel alcătuit încât nimeni să nu se poată extrage din mulţime decât cheltuind, faţă către faţă cu jocul, cu farfuria proprie, concertul lui Céline Dion sau cu o reprezentaţie a celebrului Circ du Soleil. Nici măcar o librărie, nicio carte!!! Din mijlocul hărmălaiei continue a pungaşilor neîndemânatici se aud cu greu glasul crupierilor, plesnirea seacă a zarurilor ciocnindu-se de fetru şi zăngănitul bilei de ruletă găsindu-şi casa. Iar printre cărţile poştale de vânzare în Vegas – un teritoriu vast de producţii vulgare – printre vederile cu hoteluri, cazinouri, deserturi şi clişee semipornografice cu animatoare de bar şi dansatoare de revistă, iată şi această vedere „comică”, de suspendat pe retrovizor: *The more I see my wife, the more I love my truck!*[46]

Gratuit

APROAPE TOATĂ PRESA FURNIZEAZĂ COMBUSTIBIL CELUI CARE NU ARE OCAZIA DE A FACE UN SEJUR LA LAS VEGAS. IDEAL PENTRU PETRECEREA TIMPULUI LIBER, FĂRĂ A TE GÂNDI LA NIMIC. DUPĂ CUM S-A OBSERVAT, POPULARELE CUVINTE ÎNCRUCIŞATE DE IERI, CARE CEREAU ÎNTOTDEAUNA UN PIC DE CULTURĂ DE LA REBUSIST, AU FOST SUBSTITUITE CU O PUTERE EXEMPLARĂ, SINGURA FĂCUTĂ POSIBILĂ DE MONDIALIZAREA MEDIA, DE

46 *„Cu cât îmi văd mai mult nevasta, cu atât mai mult îmi iubesc camionul.” De notat că vulgaritatea flirtează cu vehiculele cu motor. Pe nişte tanga de vânzare în Florida, în shopurile de turişti, stătea scris: Free parking at rear („Parcare gratuită în spate”).*

GRILELE DE SUDOKU, ARHAICĂ GIMNASTICĂ INTELECTUALĂ (PĂTRATE MAGICE) RECONFIGURATĂ DE MARKETINGUL NIPON. PRESA GRATUITĂ UZEAZĂ DE EA PÂNĂ LA REFUZ.

„Succesul mi-a adus influenţă şi ţoale gratis!” (Métro, 15 decembrie 2006)

ECONOMISTUL DANIEL COHEN VEDE ÎN GRATUITATE MULT MAI MULT DECÂT O MANEVRĂ COMERCIALĂ NELOIALĂ. ÎN STATELE UNITE MARILE LABORATOARE DE CERCETARE PRIVATE AU DEZVOLTAT DE ANI BUNI O MANIERĂ DE LUCRU ÎN LEGĂTURĂ DIRECTĂ CU EXPANSIUNEA ACESTEI ECONOMII A GRATUITĂŢII. SUNT FINANŢATE DE MARI ÎNTREPRINDERI ŞI ÎŞI CONCENTREAZĂ CERCETĂRILE PE CUTARE SAU CUTARE DOMENIU DE ACTIVITATE, IAR CÂND FAC O DESCOPERIRE LIVREAZĂ ÎNTREGII SOCIETĂŢI REZULTATUL MUNCII LOR. NETUL E O ILUSTRARE PERFECTĂ A ACESTUI FAPT, O INVENŢIE PUSĂ LA PUNCT DE LABORATOARELE UNIVERSITARE ŞI MILITARE ŞI LANSATĂ APOI ÎN AER. ASTĂZI NU E IMPORTANT SĂ OBŢII REDEVENŢE DIN INVENŢII, CI SĂ ŞUTEŞTI PREMII, MEDALII, ONORURI, PENTRU A RECOLTA ALTE FINANŢĂRI PRIVATE ÎN FAZA A DOUA. „ÎN CONCLUZIE, SPUNE DANIEL COHEN, OPOZIŢIA PLĂTIT/GRATUIT VA AVEA MÂINE ACEEAŞI IMPORTANŢĂ STRUCTURALĂ PENTRU SOCIETATEA NOASTRĂ CA OPOZIŢIA PUBLIC/PRIVAT ÎN SECOLUL XX.”[47]

Din această perspectivă, colapsul francez, declinul naţional, *La France qui tombe*[48] sunt tot atâtea expresii care descriu şi vulgaritatea unei Franţe ce se încăpăţânează să-şi închipuie că e beneficiarul celui mai bun sistem din lume. Aserţiunea aceasta repetată întruna e

47 *Discuţie privată.*

48 *Nicolas Baverez, La France qui tombe, Éditions Perrin, Paris, 2004.*

infirmată de o sumă de experienţe cotidiene trăite de toată lumea: congestia de automobile, cozile la uşa cabinetelor medicale, dispariţia specialiştilor în ginecologie, psihiatrie, pediatrie, oftalmologie… taxe sociale pe antrepriză, prăbuşirea sindicalismului, prozelitismul rasist, radicalizarea populaţiilor abandonate în suburbie, comunitarismul, alcoolismul la tineri… Vulgaritatea ţine de această dublă orbire a naţionalismului istovit şi a masochismului naţional. Un exemplu: la marginea şoselelor, ca şi în preajma aglomeraţiilor se dezvoltau staţiile de benzină cu autoservire. De la un an la altul ele sunt preluate de mari grupuri de distribuţie şi firmele de hypermarket se văd tot mai des în locul BP-urilor, Shell-ului şi Total-ului. Litrul de benzină e un pic mai ieftin acum, dar cu preţul dispariţiei faimoaselor servicii care făceau tot farmecul unei benzinării. Pentru controlul presiunii pneurilor sau al nivelului de ulei va trebui să cauţi în altă parte, dar unde? Aceleaşi hypermarketuri îţi oferă şi propriile servicii de livrare. Când marele magazin Inno (Paris, Montparnasse) a decis să facă livrări „gratuite” clienţilor, ce îmbulzeală entuziastă s-a produs atunci!… Ţeapă! Angajaţii erau destul de serviabili, dar nu mai făceau livrări. Perioadele de reduceri deveneau tot mai subţiri şi luai plasă. Când, cu puţin noroc, băiatul de la livrări se îndrepta din întâmplare spre parterul imobilului, îl vedeai într-o stare de furie îngrozitoare. Tuna împotriva ritmului, sacilor de plastic de calitate proastă, digicodurilor, orarelor, ambuteiajelor… Pe scurt, erai livrat abia când dispărea responsabilul cu livrarea! Ajungeai chiar să plăteşti ca să eviţi spectacolul. De data aceasta vulgaritatea constă în oferta imposibilă, în mâna întinsă distribuirii uriaşe către clienţii fideli, care sfârşea prin a-i lega… fedeleş, nu cu relaţii amabile, ci cu o nerăbdare exasperată.

People şi decoraţiuni

Un interior denudat, o masă Prouvé, două fotolii Barcelona create de Mies van der Rohe şi comercializate la Knoll, o fotografie Nan Golding suspendată de un cui şi, dacă eşti în bani, un taburet de lemn Charlotte Pernand (oricum, estimat la peste trei mii de euro). Nu e asta culmea vulgarităţii? Şefii de antrepriză, creatorii, artiştii par condamnaţi să trăiască toţi din proprie voinţă în aceleaşi apartamente, decorate în unul şi acelaşi chip. Fără îndoială că alegerea, „ochiul" – cum se mai zice – realizatoarelor de decoraţiuni e în mare parte rezultatul uniformizării interioarelor publicate prin reviste, dar tendinţa mimetică este de netăgăduit. Se reiau în varii feluri aceleaşi fiţe piperate care scot în relief îngâmfarea oamenilor cu putere de decizie. Formula lui Guy Debord extrasă din *La Société du spectacle* (1967), „Oamenii nu găsesc ceea ce îşi doresc, ei se mulţumesc să dorească ceea ce găsesc", o întâlneşti la tot pasul.

Încredinţarea propriului spaţiu intim unui specialist e în mod cert suspectă. Să-i dai liber unui terţ să-ţi cumpere în nume propriu covor, perdele, bibelouri şi picturi e ceva ce frizează debandada. E o manieră de a mărturisi incultura pe care nicio avere n-o poate masca. Ca să puteţi înţelege ce înseamnă patina ar trebui să vedeţi extraordinarul birou al directorului muzeului de Arhitectură din Moscova: masă, fotolii, dulapuri ce debordează de ipsosuri, de statuete etc., de volume *în octavo*, de fotografii care ies din albumele din piele tăbăcită! Nici nu ai unde să te aşezi, o suprafaţă pe care să pui un bloc de desen sau o pălărie! O maree eclectică din care minimalismul e izgonit cu valuri de praf.

La polul opus găsim răceala afişată de un spaţiu tras cu rigla care poate crede că ne poate încălzi cu pretenţii. Arogarea unei stăpâniri perfecte a volumelor e o glumă

deocheată, o abureală. În astfel de locuri totul e calculat; până şi mobila te taie din priviri. „Totul este *under control*” pare să proclame atmosfera rectilinie a acestor interioare înţepenite în normă. Dintr-odată te cuprinde îndoiala în ceea ce priveşte măreţia unor asemenea decoruri.

„Fratele meu, spune Guillaume Chaillet, directorul unei agenţii de relaţii publice, e un PR de succes. Nu-şi conduce maşina, o pilotează. E o berlină Mercedes mare. Pe când goneam amândoi în plin Paris, l-am întrebat dacă maşina lui e echipată cu ABS. Mi-a răspuns: «ABS-ul sunt eu!»”.

Să ne aducem aminte că Mercedesul de la Ritz în care se afla Lady Diana era echipat cu ABS.

Decoraţiunile au căpătat o importanţă considerabilă în ultimii ani. Ascensiunea la putere a designerilor (Philippe Starck) e urmarea îmbogăţirii gospodăriilor şi industrializării obiectelor la un preţ în scădere. Revistele ne oferă în mijlocul paginilor lor expoziţii de apartamente somptuoase. Cu cât e mai luxos, cu atât eşti mai bogat, pe cât e de scump, pe atât eşti mai *people*.

În timpul unei vizite la familia Balladur, Paris-Match ne pune pe tavă o suită de încăperi mobilate stil Régence. Hebdomadarul reuşea să pătrundă aşadar în intimitatea rotofeiului prim-ministru. Era ceva picant fiindcă toate sondajele îl dădeau încă drept viitorul preşedinte al Republicii. Atenţia noastră de exeget fu atrasă deodată de o fructieră, aşezată pe o piesă de mobilier stil din coridorul de la intrare. Se vedea ceva înăuntru, dar oare ce era? Ceva trandafiriu, flexibil. Şi atunci, din grupul de observatori pe care îl formaserăm se ridică o voce: „Bine, dar asta nu e o bucată de şuncă?”

DACĂ SĂ TE MOBILEZI DE LA CONFORAMA E CUMVA PROLETAR ŞI PATETIC – FIINDCĂ LA URMA URMEI DOAR SĂRACII CUMPĂRĂ SALOANE COMPLETE CU CANAPELE ŞI PERECHI DE FOTOLII ÎN IMITAŢIE DE

PIELE, PE CÂND ALŢII MOŞTENESC –, SĂ ÎŢI IEI MOBILĂ DIN CARTIERUL SAINT-ANTOINE E O DOVADĂ DE VULGARITATE. NU PENTRU CĂ MARFA PE CARE ŢI-O PROCURI DE ACOLO E DE DUZINĂ, CI STILUL GENERAL TINDE ADESEA SPRE POMPOS. PERECHI DE TIGRI ÎN MĂRIME NATURALĂ, SFEŞNICE ÎN FORMĂ DE SERVITOR NEGRU MAI MARI DECÂT TINE, COVOARE ÎN DUNGI, MESE DESIGN, DAR UN DESIGN GROSOLAN, EXAGERAT DE ALB, DE LUCIOS, DE LĂCUIT... NU E NICI ŞIC, IAR PREŢUL TE DĂ PE SPATE... TOT CE POATE REPUGNA UNEI BUNE EDUCAŢII BURGHEZE ŞI OCCIDENTALE E DEVERSAT ÎN EA. PRIETENUL NOSTRU ŞI ANTREPRENORUL CLAUDE C., EXPERT ÎN INTERIOARE, DESCRIE ÎN FELUL URMĂTOR APARTAMENTUL ŞMECHERULUI DE BURSĂ – EL E ŞI MAI SINCER, îl ZICE „APARTAMENT SEFARD”. „ÎNCĂ DE LA INTRARE SE VEDE PLASMA LATĂ DE UN METRU OPTZECI, DAR NICIO CARTE. PLASMA ŢINE LOC DE BIBLIOTECĂ. PESTE TOT MARMURĂ ALBĂ, POLEIALĂ CU AUR, MOCHETĂ GRI. IAR ÎN SALA DE BAIE CADĂ ROTUNDĂ TIP JACUZZI”. UN PRIETEN AL LUI PATRICK B., CELEBRUL CÂNTĂREŢ ŞI ACTOR, POVESTEA CĂ ACESTA ÎŞI MOBILASE APARTAMENTUL „ÎNTR-UN STIL SOLEIADO, PROVENSAL, DENOTÂND UN GUST FOARTE ÎNDOIELNIC”. DACĂ E SĂ-L CREDEM, LA FIECARE MIŞCARE SE TEMEA SĂ NU SE FI VĂRSAT UN BORCAN CU MIERE. DAR REVISTELE ÎL RIDICAU ÎN SLĂVI.

Salon de vânzări

Voinţa de a-şi controla interiorul şi simultan de a se vedea de la o poştă bănetul aruncat pe mobile scumpe, rare, statuete, perdele, tablouri... răspunde obligaţiei care s-a impus tuturor de a locui un spaţiu care „dă tare-n pozǎ”. Expresia vorbeşte de la sine: dacă „dă tare” atunci

„l-ai ochit”! Procedeul duce la rătăcirile funeste biciuite de artişti în operele lor. La muzeul de Artă Modernă din Maastricht o expoziţie de fotografii a denunţat cu sânge rece josnicia aranjării ştiinţifice. Se înfăţişa apartamentul lui Andy Warhol fotografiat chiar după moartea lui de către experţii unei case de licitaţii. Într-o primă serie de imagini piesele sanctuarului stau în suc propriu. Nimic nu e aranjat, totul e în dezordine. E un genial butic de survenire; chiar şi scara e încărcată de cufăraşe, colete, voaluri, pantofi. Apoi iată aceleaşi locuri, însă netezite de evaluatorii însărcinaţi cu catalogul. Ce catastrofă! Sare în ochi toată vulgaritatea operaţiunii comerciale. Adaptarea la standarde, punerea în cutii ţintesc doar să nu mai permită cumpărătorului să judece ambianţa, atmosfera şi poezia unei întregi vieţi, ci numai piesele ca atare, nişte *bunuri* scoase pe dată la mezat. Nu mai contează patina obiectului, ci „brandingul”, marca, obiectul sculptat nu de timp, ci de ştampila fostului proprietar: *Warhol*.

Iar cealaltă durere vine, fireşte, de la tăcerea funebră a apartamentelor ţinute în formol, de la mobila conservată sub husă de teama învechirii care oricum şi-a săvârşit lucrarea. Murdărirea, pata care ar putea fi semnul vieţii, vulgaritatea omenescului sunt gonite fiindcă ar putea vorbi despre trupul şi secreţiile lui, alegorie tragică a scurgerii timpului. Husa e ca un catafalc. În ea bagi cadavrul, cald încă, al conversaţiilor, al canapelei, al fotoliului. Un protecţionism de anticar cu iz de linţoliu.

Sclipicios

La capătul opus se înfăţişează succesul eclatant al firmei austriece Swarowski. În câţiva ani, aceşti negustori de brelocuri din cristal au devenit stăpânii a tot ce străluceşte, scânteiază, proiectează focul podoabelor din diamante. Mai mult, Swarowski a intrat în clubul foarte

select al produselor vândute în toate duty-free-urile din lume. Alături de cartuşurile de Marlboro, de giganticele pachete M&M's, de Toblerone şi de ceasurile Swatch, pe drumul printre sălile de aşteptare din aeroport e obligatoriu să găseşti şi articole din cristal. Aşa-i când lumea aspiră la strălucire! Acum câţiva ani, Michel Pastoureau, istoricul culorilor, nota că un copil nu ştie să facă diferenţa între mat şi strălucitor. Dar creioanele de colorat de odinioară (la cutii de douăsprezece, douăzeci şi patru sau patruzeci şi opt) au fost pretutindeni înlocuite de cutiile de carioca şi copiii aştern acum pe hârtie o urmă umedă şi scânteietoare. Poate că Swarowski îşi datorează succesul perpetuării la vârsta adultă a acestei plăceri acvatice fetale. Se poate şi ca fenomenul să fie de altă natură, ca tot ce reflectează să se fi refugiat în podoabe, vaze şi oglinzi. În anii duri ai comunismului să treci dintr-o parte în alta a Cortinei de Fier era o experienţă psihosenzorială unică. Dintr-odată apar culori strălucitoare, altceva decât matul. Zastava, Ziguli, Zil, Zal, Tatra, Trabantul, Volga, Tchaika exhibau caroserii de un albastru aspru, verde uzină, bostan anemic. Aşadar nimic nu se reflecta. Astăzi profunzimea lăcuirii vehiculului a devenit abisală şi nu se poate să nu ne vină în minte formula lui Sacha Guitry: „Se confundă ce e profund cu ce e găunos". Prin urmare atracţia pentru strălucitor, scânteietor, orbitor e destul de vulgară, fiindcă zorzoanele de felul lor nu se limitează să umple lumea de soare, ci ne ameţesc de cap, ca un vals vienez clonat în valsul etichetelor.

Într-o zi ne-am cumpărat bile Obut fiindcă doream să participăm la un concurs de joc cu bile la Bandol. Ce mai străluceau! Dar când ajungem pe bilodrom simţim privirile ironice ale tipilor dintr-un colţ. Ei strângeau în mâini nişte bile negre, lovite, ciobite şi pline de crăpături. Sancţiunea pică asupra noastră cu un accent din Sud: „Măăă, ce le

mai strălucesc bilele!” Ruşine…

LA MIjLOCUL ANILOR ’80, GORBACIOV SCUTURĂ COCOTIERUL COMUNIST (ŞI NU GLUMIM – PE STRĂZILE DIN MINSK, BIELORUSIA, EXISTĂ NIŞTE COCOTIERI DIN PLASTIC FLUORESCENT CARE PARCĂ INCENDIAZĂ ZĂPADA), IAR CÂTEVA COMPANII STRĂINE BAGĂ UN PICIOR PRIN UŞA DE FIER A CORTINEI CU ACELAŞI NUME. MAI ŢINEŢI MINTE ACEI VÂNZĂTORI DE ÎNGHEŢATĂ, PENGUIN SAU CAM AŞA CEVA, CARE SE INSTALASERĂ LA PARTERUL DEFUNCTULUI HOTEL MOSCOVA ŞI ÎNTR-UN SHOP DIN STRADA ARBAT? ÎN ANII ACEIA DE DESTINDERE ERA ŞOCANT CĂ NIMENI DE PE TOT CUPRINSUL IMPERIULUI NU SE GÂNDISE SĂ FACĂ CEVA ÎNCÂT SĂ NU SE MAI TRÂNTEASCĂ UŞA DIN LEMN CARE DĂDEA ÎN STRADĂ ŞI CARE FĂCEA UN PARAVAN DESTUL DE UTIL LA MINUS TREIZECI DE GRADE CU CEALALTĂ UŞĂ DINSPRE INTRAREA ÎN SALĂ. LA FIECARE SCUTURARE A CIZMELOR, LA FIECARE PĂTRUNDERE A CÂTE UNUI CLIENT DORNIC SĂ SE BUCURE CU GURA PLINĂ DE BINEFACERILE CAPITALISMULUI PROGRESIST, UŞA DIN LEMN CĂDEA IAR PESTE CADRU CA SECUREA PE BUTUC. ERA AGASANT, DAR TOCMAI ASTA ERA SOCIALISMUL: INCONFORTUL RIDICAT LA RANGUL DE ARTĂ DE A TRĂI, BRUTALITATEA REAMINTITĂ, PROCLAMATĂ NECONTENIT. VULGARITATEA CONSTA ÎN FAPTUL CĂ NIMENI NU SE OFUSCA, NIMENI NU SE GÂNDEA SĂ STRECOARE ÎN TOC MĂCAR O CÂRPĂ PENTRU AMORTIZAREA ŞOCULUI. IAR CÂND M-AM DESTĂINUIT UNUI BĂTRÂN PLACAT CU DECORAŢII, M-A PRIVIT DE SUS ÎNAINTE DE A-MI TRÂNTI PLIN DE DISPREŢ CUM CĂ: „DUMNEATA NU PRICEPI NIMIC DIN COMUNISM!” ŞI AVEA DREPTATE. SĂ NE-ADUCEM AMINTE ŞI CĂ PERESTROIKA A AVUT EFECTUL DE A SENSIBILIZA MASELE ÎNCOTOŞMĂNATE ÎN ŞUBE GROASE, DE A LE

INSUFLA FIORUL ARTEI DE A TRĂI. ÎNTR-UN UNIVERS ÎN CARE TIMP DE DECENII LUMEA SE ÎMPINSESE FĂRĂ ALT SEMN DE RESPECT RECIPROC DECÂT UN SCHIMB DE BOMBĂNELI, IATĂ CĂ CIVILITATEA ÎNCEPEA SĂ MODEREZE DATUL DIN COATE. BINEÎNŢELES, LUMEA ÎNCĂ SE MAI ÎMPINGEA, DAR ACUM SE CEREAU SCUZE. SE IVISE ŞI O FORMULĂ NĂSTRUŞNICĂ: „SCUZĂ-MĂ, MARŞ DE-AICI!” IMAGINEA CARE A RĂMAS DIN ACEI ANI DE IEŞIRE DIN COMUNISM, DIN ACEA GESTAŢIE NESPERATĂ, ESTE PRIN URMARE UNA DE TRUPURI CE EXALĂ UN ABUR OPAC, AMESTEC DE TRANSPIRAŢIE ŞI DE PARDESIU AFUMAT, DE OAMENI ÎNGRĂMĂDIŢI UNII ÎN ALŢII ÎN MAGAZINE CU LUMINĂ NESIGURĂ. ASPRIME ŞI GROSOLĂNIE. VULGARITATE? FĂRĂ-NDOIALĂ! FIINDCĂ ATUNCI CONTA NU SĂ TRĂIEŞTI, CI SĂ SUPRAVIEŢUIEŞTI, NU SĂ FII BINE ÎMBRĂCAT, CI BINE ÎNVELIT, NU SĂ TE OSPĂTEZI CU BUCATE ALESE, CI SĂ FII HRĂNIT CA SĂ POŢI FACE FAŢĂ IERNII. UN PRIETEN REZUMA ÎN FELUL URMĂTOR GARDEROBA IDEALĂ PENTRU ÎNFRUNTAREA MARILOR VISCOLE RUSEŞTI: „PUFOAICĂ SUS, JOS BOCANCI DE ARMATĂ.

— DAR LA MIjLOC?

— LA MIjLOC?… CARTOFI!”

În anii aceia Pierre Cardin era deja la mare căutare pe străzile Moscovei. Azi găseşti o firmă Pierre Cardin şi în Dubai, pe bulevardul des Libanais, flancată de o altă marcă de export franţuzească: Ted Lapidus. Graţie francizelor – comerciale, fireşte – am ajuns să găsim semnătura Pierre Cardin cam peste tot şi pe orice, inclusiv pe vasele de W.C. Şi mai rău, se găseşte din plin acolo unde democraţia e batjocorită. Ieri în China, azi în Bielorusia.

PANTOFI CU CIUCURI CA SĂ FACI IMPRESIE – IATĂ CUM ARATĂ VULGARITATEA ÎN REGIMURILE CARE INSPIRĂ FRICA.

Iaht şi Companie

Vulgar e şi stilul ambarcaţiunilor de croazieră în care sunt maimuţărite bunăstarea şi confortul, ultraechiparea. În care te spargi în figuri în smoching – eleganţa tip James Bond – în *tuxedo* sau *bikini*. Servitori cu mănuşi albe, papion şi haină lungă, cina la masa căpitanului, conferenţiari, orchestră de cameră, iar toate astea ca să mascheze deriva acestor ambarcaţiuni devenite târg comercial, mall de aeroport în care din plictiseală tot cumperi şi cumperi. Îţi vine să crezi că pasagerii aruncă peste bord plasele de cumpărături, că îşi debarasează dulapurile din cabine ca să ia cu asalt alte noi shoppinguri. Un privilegiat care făcuse turul New York-ului îmbarcat pe Queen Elizabeth a concluzionat remarcabil: „Ce coşmar!!! Am urcat şi am coborât scările timp de o săptămână. Parcă eram închis la Harrods!”

5. Noi tehnologii

Imbecilii torţionari de la închisoarea Abu Ghraib din Irak, au comis greşeala banală de a nu fi înţeles pericolul unei epoci a nepăsării. Ce mult prea simple sunt aceste aparate digitale şi calculatoare prin care trimiţi amicilor fotografii! Aşa de facile şi de comune! Cine nu-şi trimite pozele prin mail? Uite aşa se face că nişte soldăţoi derutaţi de confuzia dintre real şi simulacru adesea denunţată de un Jean Baudrillard, fără să-şi dea seama că trec dincolo de limitele banalului şi inacceptabilului, au făcut ca întreg pământul să le cunoască apucăturile de sadici. Prinşi, arestaţi şi discreditaţi, parcă atunci căzuseră din cer:

— E aşa de grav să faci nişte poze naşpa?

— Nu, sergent, sunteţi vinovaţi fiindcă sunt torturi în ele!

— Ahaaa! Bine. Cum spuneţi.

Dar asta e chiar tot? Vina mai degrabă nu rezidă în faptul că nu s-a înţeles că publicarea pozelor denunţa mai mult decât nişte barbari, chiar o întreagă epocă din care au fost măturate reperele, în care puterea dornică să impună democraţia e dezbinată din interior prin deformarea scării de valori, prin erodarea indignării, a mâniei sănătoase?

Foto

Fotografiile s-au democratizat masiv, toată lumea le face. Dezvoltarea fotografiei digitale face din oricine nu doar un fotograf, ci un fotograf compulsiv. Fiindcă durata de viaţă a pozei – victimă a perimării compoziţiei chimice – n-ar putea depăşi câţiva ani, multiplicarea imaginilor stocate pe hard diskuri şi sortite dispariţiei accelerează divulgarea intimului. Poza tinde spre vulgaritate prin faptul că implică exhibiţie şi transgresare a limitelor. Orice album poartă cu sine riscul de a lăsa la vedere ceea ce ar trebui să fie secret, trupul dezbrăcat, amintirea din vacanţă care… hopaa!!!… apare pe ecran din „întâmplare”! Fiecare ajunge să frizeze pornografia, să fie nevoit să-şi controleze stocul de imagini, torturat mereu de o manevră greşită care ar scoate pe ecran, producând groază sau delectare, ceea ce ar trebui să rămână îngropat într-un fişier „personal”. Un fişier din care s-ar putea extrage ocazional o imagine de desktop pentru calculator sau telefonul celular… ceva ca să nu uităm că trăim cu Maşina, că stăm călare pe ea şi-i place, fapt dovedit tot timpul de imagine. Într-o reuniune de lucru, în autobuz, „conectaţi la server”, nimeni nu ne poate opri să ne consultăm banca de date. Absenţi din lume, cu toată lumea. Autism.

Wallpaper

Fotografia lui cuţu-cuţu, un sfâşietor apus de soare pe insulă, poza ăluia mic sau a persoanei dragi dispărute, casa pe care tocmai am luat-o în Limousin, Béarn, L'Ale de France… Tot atâtea wallpaperuri, ramele noi pentru poze vulgare. Zi-mi ce wallpaper ai ca să-ţi spun cine eşti!

Florence Aubenas, fosta victimă a celebrei răpiri din Bagdad, îşi aminteşte cum asigura un serviciu de întrajutorare şi sprijin pentru familia cuprinsă de anxietate a unui alt kidnapped. Într-o după-amiază de aşteptare care urma să se încheie cu eliberarea ostaticului, pe când fiica nefericitului se întreba câtă dragoste îi poartă tatăl, primeşte din partea unui apropiat următorul răspuns: „Bineînţeles, iubito, că ţine la tine! Eşti wallpaper pe unul dintre computerele lui!"

La fel ca wallpaperul, şi soneria mobilului proiectează fără jenă în spaţiul public o parte din intimitatea noastră. Proliferarea, viermuirea de sonerii polifonice hrăneşte alegerea fiecăruia. Snobismul ultim constă prin urmare să ieşi în faţă cu un sunet de apel nemaiauzit, personalizat. Dar speranţa pusă în căutarea semnăturii sonore se loveşte de masificarea dorinţei. Pentru încă o dată toată lumea vrea să fie diferită făcând la fel ca vecinul. Iat-o pe fiica unui foarte celebru scriitor francez. Scriitor de dreapta. Om cu gust. De ani de zile ea se afişează cu oameni care o beştelesc, o umilesc în public, dar ea rămâne impasibilă. „Tâmpito!", „Sărmano, ţi-a cerut cineva părerea?", „Tacă-ţi fleanca!", „Ia mişcă-ţi curul!" Nu zâmbeşte, nu se enervează, ia totul cum iei căldura din Africa sau ştirea despre o decolare forţată de o furtună de zăpadă. Nimic nu o atinge. La un dineu amantul ei perorează, vorbeşte tare, ştie tot despre tot, drepturile de autor, viitorul nuclear al Iranului, Puţin şi cecenii… E cam negricios şi cam păros. E viril. Întâmplarea face ca între două feluri de mâncare să amintim de telefoanele mobile

care zac pe masă, pe al lui folosindu-l deja de o grămadă de ori în timp ce mâncam. Fiindcă, dintr-un reflex destul de muşcător, am făcut ca de la bărbat la bărbat observaţia că avem acelaşi model, pufneşte în râs şi zice: „Mă îndoiesc că ai wallpaperul la fel!” şi-mi bagă în faţă telefonul lui Nokia. Avea dreptate. Avea în alb şi negru, în prim-plan… un sex de femeie. Îmi dau silinţa să nu mă uit decât o secundă după care i-l dau îndărăt. Apoi realizez că fiica marelui scriitor, care între timp nu scosese nicio vorbuliţă, avea un aer destul de… satisfăcut.

Digital şi compulsiv

Realitatea virtuală a consacrat bipolaritatea lumii noastre. Uşor-uşor, s-au înmulţit site-urile paralele realului. Posibilitatea de a-ţi crea o a doua identitate pe My Space face ca fiecare să poată dobândi sub pseudonim o viaţă suplimentară. Pentru a evita îngrămădeala şi cu grija de a reproduce în mare pe tot Web-ul aceleaşi favoritisme ca în lumea reală s-a conceput site-ul Smaliworld (www.asmaliworld.com), un fel de Elveţie pentru o sută cincizeci de mii de useri trecuţi prin sită. Nu se abonează decât celebrităţile, VIP-urile. În antiteză cu My Space care e deschis oricărui nou-venit, Smaliworld se vrea un soi de reproducere onestă a lumii reale: fără şmecherii în ce priveşte identitatea, fără cooptarea la nimereală a altor cinci tovarăşi, iar totul rămâne între noi! Avem de-a face, conform ultimei dorinţe a fondatorului, fostul om de finanţe Erik Wachtmeister, cu grija de a restitui o etică Web-ului prin revenirea la vechile criterii ale elitei, dar care are în ea ceva desuet şi simultan vag-ridicol. Asta fiindcă se caută reconstruirea virtuală a aceloraşi bariere care înconjoară *the gated cities*, oraşele secret de stat, dar la *finish* nu găseşti decât iahturi şi Ferrari de vânzare, mici anunţuri *upper class*. Se mai pot înscrie avocaţi sau top-

modele, adică fauna care de obicei populează sălile companiilor aeriene, dar magia Vienei imperiale sau strălucirea de la Curtea Rusiei s-au dus. Denumirea „Smaliworld” ia în acest fel un alt sens, de lume strâmtă, de excrescenţă un pic bombastică a unui Rotary-Club de provincie.

Numărul mare de decibeli care invadează spaţiul ne semnalează vulgaritatea unor vremuri animalice. În închisoarea Abu Ghraib soldaţii americani îi înecau pe prizonieri în muzică pop. Îi terminau cu mult Jefferson Airplane, Doors şi Van Morisson. Grea soartă pentru subcultură! Se ştie că naziştii alcătuiseră în lagărele de concentrare orchestre de virtuozi şi că torţionarii chilieni chinuiau pe muzică de Schubert. „Beethoven dimineaţa, Auschwitz după-masă” şi în restul timpului Aphrodite’s Child.

Paparazzo

Sub permanenta ameninţare a câte unui paparazzo amator, politica şi-a pierdut din mândrie fiindcă şi-a pierdut din spontaneitate. „Astăzi, zicea fostul prim-ministru Jean-Pierre Raffarin – iar spusa lui ar putea fi valabilă pentru toţi politicienii –, toată lumea are telefon mobil cu opţiune video. Drept urmare, o persoană publică trebuie să se controleze oriunde şi oricând. Cea mai mică greşeală capturată de un fitecine ar putea circula din ziua următoare pe Internet”. Răbufnirea lui Patrick Devedjian când a calificat-o drept „ticăloasă” pe o aleasă a neamului, răbufnire filmată fără ştirea lui şi difuzată de îndată pe Internet, e un exemplu caracteristic pentru ceea ce specialiştii noilor tehnologii numesc „subveghere”, adică o supraveghere continuă a tuturor de către toţi. Filajul generalizat e consecinţa democraţiei. Singurul contraefect e că demultiplicarea imaginilor le face să se anihileze

unele pe altele. Prin absurd, confuzia generează de această dată o adiere de libertate.

ASCENSIUNEA MUSAFIRULUI NEPOFTIT, A VOYEURULUI, E ECHIVALENTUL ÎN REAL AL SPAMULUI CARE AGLOMEREAZĂ VIRTUALUL. AGRESIUNEA SCREENURILOR ESTE PERMANENTĂ. ŞI NU DOAR PENTRU SURFERUL DE PE INTERNET. SCREENUL DE TELEFON E ŞI EL ŢINTA ATACURILOR COMERCIALE, A SOLICITĂRILOR REPETATE MENITE SĂ TE FACĂ SĂ PARTICIPI LA JOCURI IDIOATE, LA CONCURSURI, LA MINISONDAJE. TOATE ACESTE OFERTE DE A LUA CUVÂNTUL PRIN SMS-URI SUNT DOAR VÂNAREA INTENSĂ DE BENEFICII A OPERATORILOR DE TELEFONIE. TE ACROŞEAZĂ, TE DERANJEAZĂ CA NIŞTE CERŞETORI, CA NIŞTE TAPEURI. LIPSĂ DE RESPECT WI-FI. ODINIOARĂ ACEASTĂ APTITUDINE PENTRU SPIONAJ, PENTRU VIOLAREA INTIMITĂŢII, AVEA O FIGURĂ TUTELARĂ: PAPARAZZO. E CATEGORIA DE FOTOGRAF CARE NU ACTIVEAZĂ DECÂT ÎN VULGARITATE, E SIMBOLUL EI VIU: FURTUL DE IMAGINI, PĂTRUNDEREA ÎN VIAŢA PRIVATĂ A STARURILOR, LIVRAREA EI LA COMANDĂ, VINDEREA EI MAI ALES, STATUL ASCUNS ORE ÎN ŞIR, GHEMUITUL CA UN ŞOBOLAN, CĂŢĂRATUL, REPERATUL, LUATUL LA PALME, SPARGEREA APARATULUI ŞI A DINŢILOR, CONCURENŢA ÎN AFACERI LAMENTABILE, VOYEURISMUL. UN PERSONAJ FĂRĂ NIMIC STRĂLUCITOR. ISPITIT SĂ SE INSINUEZE ÎN UNIVERSUL ALTORA CA SĂ-ŞI EXTRAGĂ DE ACOLO VENITURILE, PAPARAZZO GLORIFICĂ LATURA ÎNJOSITOARE A FOTOGRAFULUI. E PROSTITUŢIA PE DOS. ADICĂ PLĂTIT E CEL CARE PENETREAZĂ. VIOLATORUL E RECOMPENSAT.

Ajutată de mimetism, această hienă îşi găseşte o consolare în latura ordinară a victimelor care, adesea, sunt

ultima verigă a lanţului şi trăiesc chiar ele din comerţul cu propria imagine, „furată” chipurile cu propriul lor consimţământ. Celebrităţi, politicieni, sportivi, capete încoronate, bogătaşi, o legiune întreagă de VIP-uri, de *people*, e chemată neîncetat să-şi schimbe lookul, coafura şi iubitul, pentru a trimite în desuet şirurile de imagini arhivate la agenţii. Yannick Noah, pletos şi cu barba rasă, Sinead O’Connor, Madonna, Björk: o bilă tunsă zero, o blondă şi o brunetă… De data asta limita e apreciabilă. Mai ales în *cash*.

Pornografie

Noile tehnologii furnizează combustibilul asaltului general al imaginilor, al bombardamentului cu „info”. Internetul şi reţeaua sa mondială oferă acces dicţionarelor şi repertoarelor pornografice; vulgarizarea şi vulva fac casă bună. Monitoarele sunt portiţele care nu se închid niciodată, spectacolul e permanent, iar vânzarea continuă. Cumperi, vinzi la preţ redus, te vinzi. Comercializarea oricărui lucru, reificarea generalizată, succesul site-urilor gen ebay, procesul intens care vizează transformarea poeziei de ieri într-o maşină de sedus utilizatorii ţine de aceeaşi generalizare a confuziei. Totul se vinde. *Stoc epuizat*.

Mark Simpson colaborează la organul de presă gay *Out Magazine*. E un specialist al neologismelor în tendinţă, inventatorul dificilului concept de… „metrosexual”, care vrea să semnifice orăşeanul în culmea fericirii, în *fashion* şi grijuliu cu figura lui hidratată viril. De ceva vreme îi datorăm şi termenul „sporno”, mixaj de sport şi porno. E atitudinea homo, cu exhibarea pectoralilor şi feselor de bărbaţi, ce iradiază azi pretutindeni în revistele sportive. Aşa se face că şi echipa de rugby a Franţei pozează la pielea goală, cu părţile genitale ale jucătorilor disimulate

de ovalul mingii, iar fotbalistul David Beckham s-a consacrat de vreo câţiva ani ca idol al celor mai variate comunităţi. Să nu uităm că pe Stade echipa de rugby arborează deliberat culoarea roz pe tricou şi în tribune. Ceea ce îi scoate din sărite pe adversari.

În schimb, contrapunctul sau accesoriul mijlocaşului la înaintare plin de muşchi şi de sudoare e nevasta de fotbalist. Funcţia sa principală e aceea de a „păpa gologanii” bărbatului şi de a-şi umfla garderoba în vreme ce domnul îşi umflă pectoralii şi reputaţia de sex-simbol. Ea încarnează în mare măsură vulgaritatea banului şi poporalizarea sportului. E o mare sugativă. Bărbatul ei? „E uriaş!” Numai pe el îl are în gură. Expansiunea pornografiei în straturile cele mai diverse ale societăţii e incontestabilă. *Ţâşneşte*.

Într-un fotoliu.

Olivier I. şi umbra lui, Jonathan V., au produs un DVD pe care vor să-l împartă printre prieteni. Pe el se află o suită de secvenţe în care nişte fete elogiază pornografia şi se scaldă-n ea cu o satisfacţie pe care nimeni n-ar putea-o considera adorabilă. Episoadele se înlănţuie mizând pe un ritm ascendent, pe exacerbarea tensiunii sale, pe climaxul mult aşteptat. Totuşi I. şi V. combat cu virulenţă orice acuzaţie de „pornografie”. Ei afirmă că sunt mai degrabă autorii unei opere „postpornografice”. Dacă ar fi să-i credem, acest salt progresiv s-ar explica prin faptul că în creaţiile lor, spre deosebire de hulita pornografie, şi femeile se dezlănţuie în plăcere. Prin urmare ele nu mai slujesc doar pentru a „recepţiona ejaculări faciale”, iar asta e un progres incontestabil. Aşa se face că într-o seară am fost invitat să vizionez DVD-ul în public. Petrecerea încununată de o cină – doar era destinderea după efort – se desfăşura într-un apartament destul de destroy din bulevardul de Clichy, supranumit de ocupanţii lui „zona erogenă”. Şi iată-ne, vreo doi-trei gagii şi tot atâtea

don’şoare cu paharul în mână, la un drink foarte cocktail şi cu faţa la televizor. Totul e în regulă, totul e „sub control”. Pe ecran o fată un pic cam goală îşi rulează mănuşile, după care nu ştiu ce bâlbâită îşi povesteşte noaptea de amor. Urmează cheia spectacolului: o altă fată (sau poate aceeaşi?) cu picioarele depărtate purcede la o şedinţă de masturbare. Cadrul este destul de strâns şi nimic nu ne poate scăpa din alunecările compulsive ale indexului şi degetului mare. Treacă-meargă… Dar tânăra fată se tot chinuie să juiseze şi spectacolul ei trenează destul de forţat. La un moment dat, asistenţa îşi dă seama şi începe să se plictisească, mai ales că în sală atmosfera era cam afectată şi lumea fără chef de orgii (spre regretul organizatorilor, cine ştie?). Şi atunci îmi dau seama cu o oarecare nelinişte că sunt aşezat în acelaşi fotoliu Régence în care actriţa, executanta plină de îndemânare, e pe cale să facă explozie. Şi atunci, cum să zic…

Rocco Siffredi e un star porno care o vreme a beneficiat de oarece spoială intelectuală fiindcă fusese actorul principal al unui film de Catherine Breillat. Dar asta nu înseamnă asigurare pe viaţă. „Douăzeci şi cinci de zile de filmare pentru trei ejaculări pe zi… iată cum te poţi îmbolnăvi de prostată”. În tinereţe, ne zice el, asigura şi unsprezece ejaculări pe zi… Bravo. Rocco a publicat o carte în 2006, *Rocco par Rocco. Histoire de ma vie*.[49] Coperta a patra ne îmbie: „O mare conversaţie, intimă şi complice, fără trucuri sau artificii”. Cuvântul *vulgaritate* nu apare decât o dată, în legătură cu televiziunea: „pornografia şi violenţa măresc ratingul”, zice Rocco. La fel şi „oricare aspect *instinctiv* al naturii noastre, dacă serveşte unor scopuri morbide. Totuşi televiziunea neagă cu neruşinare ceea ce arată, chiar atunci când arată, şi adoptă o atitudine care o absolvă preventiv de orice

49 *Rocco Sifredi, Rocco par Rocco. Histoire de ma vie, trad. din italiană de Catherine Siné, Pascal Petiot, Paris, 2006.*

bănuială de complicitate cu propriul conţinut. Consider acest comportament nu lamentabil, ci e pentru mine cea mai rea formă de vulgaritate”.

Rocco Sifredi se consideră un actor de filme porno ieşit la pensie („Sărutând mai puţin am ajuns să gândesc mai mult!”[50]) La filmarea peliculei *Marquis de Sade* o iniţiase pe tânăra Laetitia în *gang bang* (o femeie pentru mai mulţi bărbaţi).

Autorul crede că sinceritatea (se arată deschis înfiinţării unei şcoli de filme porno) îl protejează de vulgaritatea ordinară atribuită filmului porno (site-ul său baroc ne dă altă senzaţie). Suntem exact la limita vulgarităţii, hotar garantat de simplitatea oricărei cărţi de factură populară. Dar regula discretă a celor douăzeci şi trei de centimetri care domneşte pe coperta a patra ne dă măsura întregii lucrări. E o lucrare foarte... tare. Să ne aducem aminte că Rocco precizase că „dacă îi place fata” e capabil să mai adauge un mic centimetru. *Se cute!*[51] Ce diversitate imensă de imagini pornografice pe Net şi ce ameţitoare, dar unde-i adevărul? Numai cărnuri retuşate, feţe surâzătoare, machiate, fals naturale, trupuri îmbinate în poziţii născocite pentru coituri infinite, palide imitaţii ale nebuniilor divinului Marchiz... Marionetele de pe Net nu au nimic din graţia abstractă şi terifiantă din *Infortunes de la vertu*. Ei alcătuiesc faţa vulgară a unei imposibile consumări a trupurilor în societatea contemporană. De la „kitschic” la vulgarul mizerabil, Netul ne înfăţişează un cerc infernal de trupuri pornografice bâţâindu-se fără rezerve într-un ritm exasperant şi plictisitor. Chiar din acest *surfing* fals delirant s-a născut *şicul porno*. Un mic detaliu curios în decorul scenelor – o veioză, un tablou, un motiv de tapiserie, o plantă – aduce adesea un aer de familiaritate aproape intimă în şirul de poziţii. La fel şi

50 *Ibid, p. 143*

51 *„Ce drăguţ!”, în lb. engl. în original (n. red.).*

detaliile trupului: un sex prost epilat, un semn pe faţă, cearcăne… Nu mai e vulgaritate, ci extenuare.

Adolescentul N.R. s-a culcat cu două femei în aceeaşi zi. S-a vindecat de dragoste după isprava fizică; trupul i-a spulberat sentimentele. Din aventură nu mai rămâne decât sudoarea isprăvii. Această revenire la trup, ba chiar de două ori… iată vulgaritatea triumfătoare în cazul lui.

Cunosc nu puţină lume care ar fi dorit să fie în locul lui la fel de vulgară.

6. Marea crăpelniţă

Fast-food

Mâncatul e o plăcere şi, ca toate plăcerile, te împinge către o lipsă de cumpătare. Dacă i te dedai eşti pândit de excese. Pe bulimic înghiţitul îl roade, pe ghiftuit îl consumă. Să haleşti, să devorezi, să înfuleci cu gura prea plină, să-ţi umpli stomacul, să faci să crape cureaua, să bei fără să-ţi fie sete, să te îndopi cu cartofi, paste făinoase, să laşi farfuria lună, să-ţi ungi feliile, să te tăvăleşti cu coatele pe masă, să lingi bolul, să-ţi lingi degetele, să salivezi, să împroşti cu scuipat, cu mâncare, să mesteci clefăind, să înghiţi sorbind, să scoţi scobitoarea, să-ţi ascunzi scobitul cu mâna căuş, pe urmă să alergi la toaletă, să te goleşti, să mănânci şi iar să te uşurezi.

„Mirosul de rahat n-o să ne lase niciodată!” zicea răspicat *La Grande Bouffe*. Filmul lui Marco Ferreri a fost considerat la festivalul de la Cannes din 1973 o culme a vulgarităţii.

Auzind că am comandat două salate uşoare, chelnerul leneş şi scârbit se pronunţă: „Păi, ce mare rahat faceţi doar cu atât?”

TOT CE ARE LEGĂTURĂ CU ORALITATEA FRIZEAZĂ INDECENŢA. JEAN-PIERRE COFFE ŞTIE BINE ASTA ŞI

VITUPEREAZĂ ÎMPOTRIVA MÂNCĂRII PROASTE, PASTELOR INDUSTRIALE, MORBIDELOR PICIOARE DE PORC, SALATELOR FADE: „ESTE RAHAAAT!” CE ÎNGHIŢI ESTE ELIMINAT, CE DIGERI DEVINE CARNE ŞI SÂNGE. MASA E PROPICE VULGARITĂŢII DEBORDANTE.

UN EXEMPLU: IATĂ-I ÎN PICIOARE PE UNII, TENSIONAŢI, HĂMESIŢI, ÎNGHESUIŢI CA UN ZID DE CĂRĂMIZI, ÎMPINGÂNDU-SE, DÂND DIN PICIOARE CA SĂ AJUNGĂ LA BUFETUL ASEDIAT. ŞAMPANIE, PRĂJITURELE, PLĂCINŢELE... TOT CE LI SE PERINDĂ PRIN FAŢĂ E DEVORAT DE ACEST ROI DE LĂCUSTE CARE LINGE FARFURIILE. O RAZIE ÎN CARE NU E NIMENI ARESTAT. AUTOSERVIREA, GRATUITATEA ŞI POMANA GENEREAZĂ O FOJGĂIALĂ CE DĂ LA IVEALĂ NUDITATEA INVITAŢILOR – NIŞTE BURDIHANE CARE UMBLĂ PE DOUĂ PICIOARE.

Să recunoaştem în apărarea lor că burta are un caracter autoritar, o voinţă proprie. Îmbuibarea e ca o poruncă. *All you can cat*! *Steak and lobster for 9, 99* $![52] Face toţi banii şi chiar mai mult. „Să obţii la preţul cel mai mic un efect maxim – aceasta formulă e definiţia însăşi a vulgarităţii pentru gustul burghez.”[53] Dar, vai! tocmai burghezii sunt adesea cei care lichidează bufetele, unii aşteptând afară, iar alţii strecurându-se tiptil înainte de a fi reperaţi.

Etalarea mâncării, gloria magazinelor cu mâncare la pachet, s-a strecurat în vitrine ca să intre apoi în sandviciuri. Explozia de *grec-frites*, de *doner kebab* face sigură promovarea de mâncare grasă prinsă între două felii de pâine. „Adevăratele sandviciuri sunt acelea pe care trebuie să le mănânci deasupra chiuvetei. Face parte din

---

52 *„Mănânci cât poţi!”, „Friptură şi homari la numai 9,99 $!”, în lb. engl. în original (n. red.).*

53 *Pierre Bourdieu, La Distinction, critique sociale du jugement, op. cit., p. 442.*

reţetă" spunea François Forestier, jurnalistul „cinema" de la *Nouvel Observateur*, în timp ce era aplecat peste un sandvici *triple deck păstrami* la tejgheaua unui *diner* în Pittsburgh. Avea dreptate. Azi orice bulevard este o chiuvetă, totul se vomită în el. Mâncatul pe stradă este pentru japonez un summum al vulgarităţii. Câtăva vreme aşa a fost şi în Franţa, dar clenciul bunelor maniere s-a destins, iar acum se înfulecă şi se bea şi pe trotuare, şi în metrou. Întotdeauna eşti surprins ce apetit are fauna cea mai jegoasă! Junele care se clatină cu o sticlă de Kro în mână e imaginea alcoolistului viitorului. Vulgaritatea se hrăneşte cu o haleală bună sau cu o partidă bună de sex.

PENTRU FRANCEZ GUSTAREA „E SFÂNTĂ". O ADULMECĂ FASCINAT. O ÎNDEASĂ DE FIECARE DATĂ PE GÂTLEJUL USCAT LA FEL CUM FOŞTII AMANŢI ÎŞI DAU ÎNTÂLNIRE DE DRAGUL VREMURILOR BUNE. „PASEAZĂ-NCOA' BEREA!", „PASEAZĂ UN RICARD!", „MAI BAGĂ UNA!" „M-ARUNC LA UNA". POPULARUL FRIZEAZĂ VULGARUL. NU E DEGRADANT SĂ INTRI ÎN BAR, CONTEAZĂ ÎN SCHIMB IEŞITUL DE ACOLO, ŞCOALA PAHARULUI. LA PETRECERI TOATE BĂUTURILE CONCEPUTE DIN MELANJURI SAU MIXTURI, GEN SANGRIA SAU PUNCH, SUNT SUSPECTE. „MELANJISMUL" SE PRELINGE TOCMAI DIN ELE! ALCOOLUL BUN E PUR SAU CEL PUŢIN OBŢINUT DIN ÎNCRUCIŞĂRI CONTROLATE, RAFINATE, PE CÂND AICI EŞTI LA CAZAN! TORNI ŞI AGIŢI ÎN EL TOT CE PICURĂ, IAR DACĂ MAI PRESARI ŞI NIŞTE FELII DE CITRICE CARE SUNĂ EXOTIC ÎN PAHARUL DE METAL, CLIENTELA CHERCHELITĂ ÎNCEPE IMEDIAT SĂ COOPEREZE. TOTUL O SĂ MEARGĂ STRUNĂ; ABIA MÂINE S-AR PUTEA SĂ SE STRICE AFACEREA. ÎN ACEST REGISTRU DE TROACĂ, SANGRIA ÎŞI GĂSEŞTE CORESPONDENTUL ÎN SALATELE DE OREZ. ŞI FARFURIILE DE CARTON, ŞAMPANIA FALSĂ, SERVITĂ

LA PAHARE DE PLASTIC, TE DEPRIMĂ LA UNISON. „SANGRIA MOCA PENTRU FETE-N SEARA ASTA!!!”

Un celibatar se masturbează. Apoi deschide frigiderul, scoate o sticlă de Pérrier şi exclamă: „După amor, şampanie!”

IMPORTANT E CĂ LA UN MOMENT DAT PUI FRÂNĂ. ÎMBĂTRÂNIND, CHEFLIUL RENUNŢĂ LA SALATA DE CUŞCUŞ ŞI ÎNCEPE SĂ COMANDE APETITIVE LIBANEZE, GRECEŞTI SAU ASIATICE. LA GUNOI CU SUSHI-UL! DE ALTFEL ŞI MAVROMMATIS, BĂCANUL GREC DE LUX, S-A RIDICAT ÎN TOP PÂNĂ LA CELEBRII BUCĂTARI DE OCAZIE POTEL ŞI CHABOT, GARDIENI AI TEMPLULUI DE PETRECERI MONDENE, CU SALATE DE CARACATIŢĂ ŞI CU BACLAVALE. DACĂ TOTUŞI VREI SĂ TE GHIFTUIEŞTI, MAI BINE O FACI LA VO. FIINDCĂ NICI NU SE PUNE PROBLEMA IERARHIEI ÎNTRE TOCANA DE OAIE ŞI O FARFURIE DE SUSHI. CULTURA JAPONEZĂ ÎŞI IMPUNE RAFINAMENTUL ŞI, ÎN CIUDA PROLIFERĂRII DECEPŢIONANTE – PRIN URMARE PUŢIN CAM VULGARĂ – A FALSELOR RESTAURANTE JAPONEZE ŢINUTE DE CHINEZII CARE STRICĂ REŢETELE, UN PLATOU CU DELICATESE, ARANJAT CU ARTĂ, TOT STĂ ÎN OPOZIŢIE CU FIERTURA DE TERCI. DISCREDITUL APARE ATUNCI CÂND LE AMESTECI. SE ZICE CĂ „A IUBI PE CINEVA ÎNSEAMNĂ SĂ NU FII ÎNGREŢOŞAT DE LICHIDELE LUI”. EI BINE, OSMOZA INTIMĂ PE CARE O IMPLICĂ O ASTFEL DE ATITUDINE APROAPE MISTICĂ SAU CAVALEREASCĂ O PRESIMŢI ÎN FARFURIA CU SOS. E NEVOIE SĂ-ŢI PLACĂ VIŢELUL CA SĂ-I POŢI GUSTA CARTILAJUL, SĂ-ŢI PLACĂ OAIA CA SĂ TE POŢI AFUNDA ÎN MĂRUNTAIELE EI, ALTFEL, FĂRĂ POETICA AMORULUI, FĂRĂ NOBLEŢEA SENTIMENTULUI, ATRACŢIA DEVINE GREŢOASĂ, O CHESTIUNE DE TÂRTIŢE. ŞI DE SOS, BINEÎNŢELES. O LUPTĂ CORP LA CORP ISTOVITOARE CU FARFURIA ŞI

TRANSPIRAŢIE INCLUSĂ ÎN MENIU. PENTRU REMEDIEREA ACESTOR DEVIAŢII NI SE PUNE TOTUL LA PACHET ÎN CUTIA DIN CARTON, SICRIUL CU SOS DE SALATĂ. DOAMNELOR ŞI DOMNILOR: MAIESTATEA SA FAST-FOOD!

În 1987, Jean-Marc Parisis publica *La Mélancolie des fast-foods*, la Editura Grasset. A fost primită destul de bine. Dar dincolo de chestiunea dietetică, are o problemă de design. Pe scurt: prezentarea e greţoasă. Ambalaj din carton, culori ţipătoare, roşul omniprezent ca o hemoragie, un cotlet de vită. Totul pe un fond compozit de grăsimi şi colorant dulceag… iată ceva ce aduce bucătăria franceză de calitate în pragul disperării. Prăjitura industrială, croasanteriile cu fluviile lor de paste prost gătite mustind de amidon au luat-o, în lumea făinoaselor, înaintea spiritului mortificator al caserolei. Din metal sau plastic, ele degajă un iz de spital, de cantină, de bucătărie la comun care reifică clientela, de maşinărie colectivă ce trebuie alimentată. Am devenit cu toţii acel Negru pe care Albert Londres, într-un puseu de anticolonialism, îl numea „motor cu banane”. Fă-ţi plinul şi ia-o din loc!

Fast-food, bufet expres… Am vrut să forţăm reducerea timpului dedicat mesei şi am transformat-o în ceva permanent. Încă un paradox. Vulgaritatea este fiica paradoxului. Birourile se prefac în săli de mese. În Franţa fenomenul e mai reţinut, dar în Statele Unite toată lumea ştie că un sandvici împachetat sau despachetat tronează pe masă în mijlocul paharelor de cafea, gogoşilor şi sticlelor de *diet coke*.

Mâncatul din caserolă la televizor este versiunea privată a acestei violenţe publice. După ce au favorizat apariţia mâncării la pungă individuală, microundele accelerează destructurarea prânzului de familie. Astăzi un *grec-frites* şi un ecran de computer, respectiv un simplu telefon mobil, constituie prin excelenţă hrana „tinerilor”.

Sacralitatea hranei a fost lovită în plin. Gata cu fandoselile. Poţi să vorbeşti cu gura plină fiindcă partenerul nu-ţi mai stă în faţă, ci se află şi el lipit de ecranul computerului său. Lumea anglo-saxonă fidelă sandviciului, tejghelei, a câştigat prin urmare la masă deschisă. Masă la care stai înfipt, pe care adormi. Eficacitatea profesională câştigă, dar pierd convivialitatea şi arta de a trăi. Încă o dată barbarul, nomadul, are întâietate în faţa sedentarului, la fel cum în vechime pantalonul de cavaler elimina din garderobă toga patricianului roman. În curând dispunerea genţii în jurul gâtului va fi de un şic exotic, aproape o reminiscenţă. Teamă mi-e că vulgaritatea cea mai răspândită nu va fi cea a falşilor muşterii, a restaurantelor cu feţe de masă caroiate în care clientul este muştruluit: „Aţi venit aici pentru crăpat, nu pentru frecat menta!” Aşa ceva va fi artificial, taxat drept „burghez”. Vom fi la fel de rău trataţi pe cât suntem deja prin pizzerii. Ceri o „o pizza Umberto, o pizza Toscano şi o pizza Julietta” şi printre două dezlănţuiri de decibeli ţi se zice-n faţă „păi, ori Toscana, ori Umberta ori Julietta”… după cheful şefului. O să vedeţi.

Erori culinare

Sunt feluri de mâncare pe care ar fi bine să le eviţi în timpul unui prânz cu colegii de serviciu, dacă vrei să-ţi păstrezi un dram de prestanţă: andivele care te fac să împroşti cu salivă şi îţi rămân printre dinţi, cârnăciorul care te face să te gândeşti ştim la ce, caltaboşul care aşterne în farfurie un fin strat de scatologie. Mezelurile, porcul, cărnurile şi tot ce te face să salivezi, mâncărurile grase şi grele – toate te trag înspre vulgar pentru că sunt corporale, carnale. Uşor şi greu sunt mereu în conflict. Evanescenţa e graţioasă, angelică, aeriană; obezul e plin de el însuşi. Şi nu puţin! Să fii vulgar înseamnă să sari în

ochi. Toate minorităţile care ies în evidenţă au grijă să fie aşa. Grăsanul scârbos à la Reiser are întotdeauna chiloţi care se desprind şi atârnă, celulita care face din pulpă o bucată de slănină. Cu toate astea lumea e uşor-uşor invadată de obezi cu părţile intime debordând în spaţiul public. Două locuri de persoană minimum, câte-o fesă pe-un loc! Televiziunea americană a devenit astfel oglinda spectatorilor care drept apetitiv înfulecă biscuiţi şi-i îndeasă cu băuturi carbogazoase. Cupluri de obezi, copii obezi, lăţiţi şi mai mult prin sticla televizorului, aceiaşi în orice cămin! Şi-atunci îşi face apariţia anorexicul, stafia obezului, blestemul său de mâncău, care-şi strecoară printre mese spectrul său de sugrumător, scheletul său – viitorul tuturor, pulbere anunţată: „Cu cât eşti mai gras, cu atât poţi să mori mai repede”.

7. Vulgarifirmă, vulgarivilă

La firmă

Hostess-ele din baruri, „şarmantele” hostess de la conferinţe, de la saloane şi reuniuni sunt vădit la limita vulgarităţii prin aceea că îşi coboară clientul la rolul de voyeur, pentru că umblă în uniforme mereu sexy şi fac pe simpaticele din obligaţie. Ele sunt prada, iar el vânătorul. Toţi muşchii minţii se pun în joc pentru a-l spoi pe delegat, reprezentant, salariat cu aureola unui seducător. Din mic amploiat obligat să „servească” un colocviu, iată-l propulsat deodată să joace rolul de mascul cuceritor. Această complicitate a lumii afacerilor cu sexualitatea e una dintre cele mai jignitoare realităţi ale muncii şi una dintre cele mai penibile de trăit. „Vulgaritatea excitării pe care nivelul cifrei de afaceri le-o provoacă şefilor zi de zi e o erotizare dereglată”, constată un salariat.

Suferinţa atinge paroxismul la sfârşitul zilei, când

oamenii de afaceri se reunesc la o cină sau în barul unui hotel. Barurile hotelurilor sunt nişte incubatoare, nişte acceleratoare. Se cochetează cu lumea interlopă: mochetă groasă, lumini estompate, mese joase, fotolii adânci. Dar – ce ciudată schimbare de macaz! – observi aceeaşi desuetudine ca în saloanele afectate ale caritabilelor Rotary-Clubs de provincie sau ale restaurantelor Lyon's şi Relais & Châteaux dedate amorurilor ilegitime. Atmosfera discretă şi silenţioasă, amplificată de perdele şi feţe de masă din dantelă, îşi găseşte perechea în plasticul de firmă al localului de noapte oferit clienţilor. Iar totul se petrece sub privirea directorilor de hotel. Tot personalul priveşte în tăcere şi de la distanţă avansurile şi cedările, luând o faţă de parcă nu s-ar întâmpla nimic: iată vulgaritatea unei curiozităţi pline de gelozie şi dispreţ. Şi, ca în filmul *The Servant* (1963) al lui Joseph Losey, sluga începe să-şi savureze revanşa. Salariatul de noapte, încins în vesta sa, are o plăcere bolnavă să le pună sub nas momeala sechestraţilor unei firme, ţinuţi în lesa seminarului de *planning*. La Lyon, de exemplu, la un club botezat *Cenobiţii liniştiţi* rulează un adevărat program „artistic" – numai desfătări cu „tradiţie". Clienţii solitari zac sub spoturile sângerii prin ungherele canapelelor de hotel şi mai tot timpul au un nu ştiu ce patetic care-i face vulgari. Iar sechestratul de serviciu, amploiatul, pierde vremea, nu-şi găseşte locul, se plictiseşte – mai bine s-ar fi găsit altceva! – şi afacerea se duce de râpă.

Vulgaritatea statului împreună. „Există o degradare proprie statului împreună, afirmă cineastul Arnaud Desplechin. Într-o familie îl caut întotdeauna pe acela care nu face sex", adaugă el. Şi firma se organizează ca o familie, cu extravertiţii, cu liderii şi vasalii ei. „Cultura firmei este o cultură de *gang*" susţine filosoful Alain Finkielkraut. Instituţiile organizate cu forţa nasc teroare, relaţiile ierarhice – raporturi sexuale. „În firmă trebuie să

dai limbi la greu" mărturiseşte un decepţionat al spiritului corporativ. Adică erotizarea „banului muncit" îl face pe angajat, de fapt, captiv al prostituţiei forţate. Umilirea e fiica vulgarităţii. Iar dacă promovarea canapelei continuă, atunci amploiatul singuratic e abandonat în camera sa de la hotelul Ibis şi nu mai are un colac de salvare decât în vertijul leşinat al cablului TV. Porno.

Într-o bună zi m-am trezit convocată de directorul unei mari case de modă. L-am găsit nervos fiindcă instalaţia de aer condiţionat din biroul lui făcea mult zgomot. Îmi zice „Uite-aşa fac cu alea care nu ascultă!" şi mimează actul sexual cu aparatul. Niciodată în viaţa mea nu m-am mai simţit atât de prost (Nathalie Dupuis, jurnalistă la Elle).

Trăsăturile fizice ale angajatului

Gardianul de la bar are pectorali, turnătorul nas, notarul pântece, instructorul de schi bronz ca de ceară, coafeza faţă acră şi, în fine, cioclii moacă de beţivan. Toţi au faţă de meseria lor. Şi exemplele pot continua. Expresia se folosea chiar şi atunci când moda *sportswear* începuse să învolbureze generaţiile şi să-i reducă pe părinţi la nişte cópii *extralarge* ale progeniturilor (vezi campania promoţională a celor de la Comptoir des Cotonniers: „Aşa mamă, aşa fiică", un *surfing* pe acest concept). Judecata negativă „n-ai faţă de meserie" cade ca o secure. Vorbeşte de siluete, de mutre şi de profesii. Unele îţi asigură spoiala socială, altele sunt semn al infamiei. Azi, bunăoară, gunoierul o duce bine. E util societăţii şi ea îi aşază recunoscătoare lauri pe frunte. Din conformism îţi închipui mai tot timpul că e emigrant, dar adesea e un individ ieşit bine mersi din lumea precarului. Dar pe vânzătorul la cămaşă, pe şoferul de camion şi pe agentul de vânzări îi măsurăm din cap până-n picioare, îi tratăm de sus şi îi

luăm peste picior. De ce? Poate fiindcă îşi numără orele şi paralele, fiindcă au mai des decât alţii cămaşa murată de sudoare pe la subsuori, fiindcă fac legea prin raioane şi pe şosele şi ne impun autoritatea lor fizică, nu morală, remorcile imense, de care nu poţi să treci, livrările care nu se livrează?… E posibil. Un gunoier care blochează şoseaua în plină zi îşi pierde mult din credit.

Vulgar: băiatul care ia comanda, de exemplu. E adesea marcat, îmbătrânit înainte de vreme, fiindcă respiră tot timpul sub presiune sau poate fiindcă a frecventat prea mult barul înainte de a trece în spatele lui. Are mâini puternice şi neîngrijite, părul frizat ai *l'espagnole*, cam *greasy* şi un pic *rocky*. Mâinile-i sunt spâne fiindcă le ţine mereu sub jet. Scabros. Apoi patronul claustrat în culoarul barului între munţii de sticle şi tejghea. Din timp în timp mai face un tur de sală. Îl doare la bască. Poartă şi el o uniformă, nu vesta cu multe buzunare, ci cămaşă, câteodată şi cravată; un speculant care se dă-n spectacol. Apoi agentul de vânzări cu lănţug, cămaşă şi vestă de un verde sau roşu ţipător. Trage după el vulgaritatea ca pe o condamnare. Trebuie neîncetat să verifice ceasul, e în întârziere, e presat! îşi suflecă mânecile hainei ca să vadă mai bine ora, să se grăbească.

Pretext: un W.C. turcesc cu vas.

Slavoj Zizek explică în cartea *La Subiectivité à venir. Essais critiques sur l'obscène (2004)* cum se produce evacuarea excrementelor la francezi, germani şi americani: vasele de toaletă franceze fac rahatul să dispară imediat în spate, cele germane prezintă produsul digestiei pe un soclu, iar WC-urile americane îl lasă să plutească. Traducere: în Franţa faci tabula rasa (Revoluţia de la 1789), în Germania eşti contemplativ (romantismul), iar în SUA, din pragmatism, te scalzi în două ape.

Vine apoi starul porno, aţâţător, cu sutienul sugrumat, sexy respingător, visul îndepărtat al jalnicilor

indivizi care îl sorb din priviri. Şi peştele de pe toate coordonatele, yakusa cu părul frizat, mustăcioşii Bombayului din cartierele de prostituate… Secretarele de birou în *lamé*, leopard, foarte coafate, lăcuite, permanentizate şi cu tocuri cui. Esteticiana, coafeza. Coafura e un cuib al vulgarităţii, o pancartă exhibată, o tiară, o tară. O secondează faţa acră, cârlionţii şi nuanţa de vopsea.

Să nu-i uităm pe junii-primi cu coafuri la modă care defilează-n sus şi-n jos mângâindu-şi pleata cu mâna, cum erau la petrecerea de lansare a cărţii coafezului Alexandre Zouari[54], specialistul „în cocuri de nuntă”. Aceştia par a fi la o vârstă la care încă nu s-au decis dacă vor iubi fete sau băieţi. Of, ce incertitudine, ce confuzie!

Urmează un personaj mai puţin stilat, dar clădit pe baze mai solide, bine ancorat pe un soclu: cumătra care se crede notabilă. Femeile de genul ei tronează în mijlocul patiseriilor sau ceainăriilor, iau la rost personalul şi-şi imaginează că plăcintele şi brioşele lor sunt bijuterii cu diamante. E vulgaritatea târguielii la mica înţelegere. E eterna profunzime de „blond caisă”, inefabila culoare ce-i aureolează faţa schimonosită de rânjet. „Aşa! Acum e corect! Aşa, plătesc! Eu vă mulţumesc!” Şi casieriţa care face pe patroana musteşte de aceeaşi vulgaritate. Şi de satisfacţie derizorie. Tot un specimen foarte întâlnit e şi tipul scund cu mustaţa perie tăiată drept, micul funcţionar, birocratul-jandarm, controlorul a ceva: bilet, macaz, sosiri şi plecări. Toţi aceştia poartă acelaşi stigmat: au feţele meseriei lor. Trupul, atitudinea lor, mersul li s-au preschimbat într-o uniformă şi le trădează funcţia socială. Or, în Franţa, zeflemeaua cade chiar pe salahor, pe salariat, clasa muncitoare, pe zilier, pe profesoraş şi chiar şi pe patronaş. Pe slujbele care te fac mititel. Nu căutaţi

54 *Alexandre Zouari şi Judith Carraz, Confidences d’un magicien de la beauté, Plon, Paris, 2006.*

aici mândria de a munci. Aici nu merge cu „are ce pune pe masă”… Ori eşti „Dumneavoastră”, ori eşti „tu”.

Vai! Adio cu prestigiul uniformei! Armata obligatorie ne-a furnizat vreme îndelungată o comoară de situaţii vulgare: soldăţoi fără ocupaţie bându-şi solda prin internatele din Toul, botezul recruţilor, serile la curve. Disoluţia naţională se exersa prin regresia în comun. Mulţi încă sunt nostalgici. Graficianul Cabu, cel care a fost şi rămâne cel mai feroce caricaturist al ei, e de părere că „armata e vulgară şi-i trage pe tineri în jos: un an de bere şi concursuri de tras vânturi”. Numai că azi armata a devenit pacifistă, cel puţin aşa pretinde. O trimitem pe Côte-d’ Ivoire, în Afghanistan, cu misiuni de menţinere a păcii, dar nu şi cu mijloacele de a o impune. Oricum, nu contează dacă e de râsul lumii sau vrednică de plâns, armata rămâne un izvor nesecat de vulgaritate – nu te duci acolo ca să „speli WC-uri”? Mai rivalizează cu ea doar sala de gardă de la Urgenţe, în care faci sex ca să uiţi de moarte, dar te jeneză mirosul putrefact la realităţii din jur. Când eşti recrut trebuie să treci prin maşina de tocat a umilinţei fizice pentru ca de mâine să fii în stare să le faci altora la fel. Vulgaritatea face legea, aşa că trebuie s-o împarţi cu „tovarăşii”.

Câteva profesii îţi cer chiar să fii vulgar. Pe şantier îţi trebuie oarece virilitate ca să rezişti la un frig de îngheaţă betonul; acolo munceşti „în curu’ gol”. Gardianul trebuie să aibă ochiul „format”, mâncărimi în palmă şi gură spurcată ca să blocheze accesul indezirabililor la cazinou şi la clubul de noapte. Cu ceva timp în urmă un angajat al unui club de noapte din Pigalle afirma că-şi repera potenţialul client de departe, „doar dând un zoom pe papuci”. Numai că invazia de bascheţi i-a tocit simţul. Iar pe vremuri în piaţa Aligre exista un vânzător de legume şi fructe care avea obiceiul să ţipe la clientele care-i întindeau sacoşa: „Crăcănează, doamnă, crăcănează!” Şi

când reacţionau râzând încremenea şi le întreba: „Da’ ce-am zis?” Era neaoş. Era un umor de suprafaţă, ceva ca să nu prindă rugină, să nu se plictisească. Dar textul devine vulgar dacă îl pui în gura gardianului şi nobila vulgaritate rabelaisiană începe să pălească. „Măcelarul acela avea gura spurcată şi arareori uita să-şi întrebe clienta de nu vrea să-i pună şi o bucată mare-n chiloţi”[55] scria Gérard Genette. Azi gluma porcoasă s-a fumat de mult: „Nu port chiloţi!”

Am ajuns la agentul imobiliar. El e supus unei logici a evacuării, adică trebuie să scape de marfă. Adoră să se îmbrace în costum cu dungi tip bancher, panoplia care face casă bună cu stilul mafiot şi-l acoperă din cap până-n picioare. E vulgar. Citeşti totul pe faţa lui: un borfaş pus să revândă marfa şparlită de băieţii răi şi în care se coace speculantul, gorila, plasatorul, cum îl numeşte Albert Simonin în romanele sale. Un agent imobiliar trebuie să mintă. Toată lumea ştie că într-un anunţ imobiliar „luminos” înseamnă exact opusul lui „însorit”. „Luminos”, „adică pe terasă, nene!” Trebuie să promită clientului un viitor radios, să se amestece în intimitatea cuplului şi să le gâdile orgoliul cu un dormitor, un culoar, un *dressing*, o instalaţie de gunoi. Binele pe care chipurile îl oferă nu e fericirea, nu! Ci e un bun imobiliar, adică viaţa pe credit redusă la un morman de pietre. Agentul imobiliar e o lipitoare, o gazdă intermediară ce devorează limita. Ai vrea să-l eviţi, să renunţi, dar intră în tine şi mai are şi acea grabă amestecată cu dispreţ. Voi, ăia care vreţi să vă daţi toate economiile, să vă faceţi datorii pe douăzeci de ani, mai că îl deranjaţi!!! Iar el întotdeauna e aşa de sărac la valoarea lui, mereu la strâmtoare! Oricum, aici e un cerc vicios: ori e prea îngâmfat, ori exagerat de politicos ca să fie un tip cinstit. Vulgaritatea lui porneşte din neonestitate. E un perfid, un şiret. „Ştiţi, faceţi o afacere foarte bună!

55 *Gérard Genette, Bardadrac, Seuil, Paris, 2006, p. 32.*

Totul e o chestiune de raport preţ/calitate”.

Dialoguri de Michel Audiard. Un băieţaş îl sună pe Belmondo.

— Fii atent, te sun ca să facem o afacere bună. Am un client care vrea să-ţi cumpere barca.

— Cum? Păi… nu am barcă!

— Păi, exact. Tocmai de aia ţi-am zis că afacerea e bună!

Agentul imobiliar împărtăşeşte cu promoterul aceeaşi lipsă de echitate: amândoi speculanţi, finanţişti de partide politice, distribuitori de mită. Întotdeauna în combinaţii. Şi mai sunt şi invidiaţi. Nu doar fiindcă lumea îşi imaginează agentul stând tolănit într-o vilă de lux cu balcon, terasă şi jacuzzi, ci pentru cele două-trei secrete pe care le aude prin apartamentele goale de care răspunde. Poate o fi un om de afaceri care-şi vede de treabă, dar ceilalţi sunt sigur fără ocupaţie. Naturistul urban suprem.

D., arhitect, îi arată clientului, un psihanalist de renume, viitoarea dispunere a apartamentului său.

— Aici intrarea, sala de aşteptare, apoi cabinetul dumneavoastră, acolo un closet.

— Fără closet!

— Cum, fără closet?

— La psihanalist nu vii ca să-ţi faci nevoile…

— OK, asta să le-o spuneţi trăsniţilor dumneavoastră! Eu aici pun un closet!

Mai sunt şi alte profesii care-ţi trezesc antipatia: paznicii de închisoare, temnicerii, însoţitorii, agenţii de trafic – tot atâtea meserii în care se cere uniformă, dar nu aceea de stewardesă sau de infirmieră, care poartă în cutele lenjeriei promisiunea incitantă a unei partide bune de amor gol-goluţ, ci uniforma de carceră, de bulău.

Sunt şi profesii unde „te doare la bască”, unde se respiră autosatisfacţia, mulţumirea de sine. *Photograph*erul, de exemplu, adică nu fotograful care-şi

face treaba, pozele, ci tipul pentru care aparatul e un substitut, ca un sex expus, gata să crumpă în extaz. Acel tip care te fotografiază, dar ştie foarte bine că el e adevăratul subiect. Apoi mai e şi comedianta. Nu actriţa recunoscută, pentru care munca subminează narcisismul, ci aceea ale cărei efuziuni, revărsări de emoţie atrag prin toate gesturile atenţia că ea trăieşte mai puternic, mai intens, mai profund decât toţi muritorii. Pe lângă ea noi, de fapt, suntem doar nişte turişti ai existenţei! Dacă Henri Michaux putuse să scrie: „cinci minute pe zi – iată viaţa mea”, la ea cele cinci minute se repetă din trei în trei minute.

Cronicarul TV. Şi variantele sale: animatorul, prezentatorul, comentatorul sportiv, bufonul meteo şi bufoniţa, pregătită oricând să anunţe o furtună care dă jos paratrăsnetele, adică toată banda aceea pe care o recunoşti fără să vrei şi despre care zici: „da’ de unde îl cunosc?” De la televizor, fireşte. Toţi îşi exhibă vulgaritatea mulţumirii, surâsul gras de castă a aleşilor. Umflarea lor în pene îi mătură din cale pe toţi mediocrii. Respiră aerul mulţumirii de sine. Niciodată nu le lipseşte.

X, care nu e tocmai un Făt-Frumos, a reuşit să invite la restaurant o fată foarte drăguţă. Numai că, iată, abia s-a aşezat şi reperează la masa vecină un tip pe care îl cunoaşte! îi scapă numele, dar un lucru este sigur: îl cunoaşte şi chiar foarte bine! Proximitatea aceasta îi cam strică seara fiindcă privirea îi e magnetizată de tip, cu atât mai mult cu cât şi fata care cinează cu el e o adevărată bombă! Pe când se pregăteau să părăsească restaurantul, X se duce la masa lor.

— Scuzaţi-mă, dar am impresia că vă cunosc…

— Nu-mi dau seama…

— Da… bizar, continuă X, dar figura dumneavoastră îmi este foarte familiară!

Atunci, exasperat, străinul spune:

— Sunt actor!

— Ei… daaa?

— Daaa, actor de filme porno. Hardcore! Ai vreo problemă?

Jenă.

Jurnalista *fahion*. Ea nu-şi mai încape în piele. De altfel tipele obişnuite cu defilările de modă, nişte locuri de isterie programată unde invitaţia pe care o ţii în mână nu te scapă de o busculadă în toată regula şi unde totul începe cu întârziere, sunt un izvor nesecat de anecdote vulgare. Cum era acea redactoriţă de la o revistă lunară foarte influentă, care, murată de o ploaie din senin, cere să i se aducă repede o pereche de pantofi „de firmă" ca să arate cum trebuie. Eventual să nu fie nimeni aşa de vulgar încât să-i mai ceară-napoi!

Pe urmă, gardienii şi toate caricaturile lor cu o imagine la fel de proastă: dresorii de câini, paznicii de noapte, traficanţii de droguri şi dealerii de oraş; toţi din acelaşi aluat. În cazul lor, prestigiul uniformei s-a redus la o simplă expresie de ameninţare. Limita e întreţinută cu bună ştiinţă între legalitatea pe care chipurile sunt puşi să o impună şi ilegalitatea mijloacelor de care se folosesc – asta dacă se folosesc de vreunele – pentru atingerea scopului. Capul în gură, bocancul în mutră, braţul rupt, dinţii sparţi, sejurul la pârnaie… toate astea se citesc pe rânjetul gardianului, care dă în vileag înrudirea lui cu bine-cunoscutul paramilitar sârb, cu suplinitorul ruandez, miliţianul FARC şi mercenarul şiit.

Liderul studenţilor: ieşit nu se ştie de unde, propulsat de un vot, de nu ştiu-care alegeri, şi deodată i se iau interviuri şi e omniprezent în toată media. E teribil de îmbătrânit, şi-a pierdut orice simţ al umorului, orice spontaneitate. Ghiceşti uşor că el, ca şi predecesorii, deja se închipuie deputat european, înscris la turul extern al cutărei comisii de arbitraj unde stai degeaba câte şase luni

primindu-ţi lunar salariul, şi se crede deja ajuns.

Art dealerul, galeristul, negustorul, evaluatorul, expertul în expoziţii cu vânzare. Sunt ba pe la Basel, ba pe la Miami, Shanghai, Londra, Paris… Cumpără, vând, revând; întotdeauna mai scump. În fiecare zi doboară recorduri. Nu merg decât cu charterul care de obicei e ticsit cu nababi chinezi şi ruşi cu mulţi petrodolari, dar în cele din urmă galeristul nostru ajunge tot pe la clienţii lui texani, mai o Elveţie din când în când, un muzeu din Europa. Ooo! Ce estet, ce colecţionar, ce mecena!

Avocatul mediatic, adesea angajatul tipului precedent. Părul lung, coadă, vocea înaltă, onorariile la fel. Clienţi cu greutate. Adesea pierde, adică de fapt nu el, ci clientul e acela care pierde. În acest registru se ia de mână cu psihanaliştii de televiziune, care în ciuda alunecărilor şi a prostiilor turnate cu polonicul au în continuare clienţi. Clienţi dintre-aceia care cred că vindecarea trece prin cumpărarea de şedinţe *people*.

Toţi aceştia formează cohorta de personalităţi pe care societatea avidă de staruri îi scoate pe bandă. „*Eu*, eu sunt, nu voi!” „*Eu* sunt eu, nu ei” prefera Henri Michaux.

8. În căutarea fericirii vulgare

Turism

„Am făcut Turcia. E vax”.
Colluche

Turistul în şort alege totul cât mai scurt. Trebuie, inevitabil, să-şi scurteze pe cât poate şi impresiile de călătorie. Au pierit petrecerile suspecte de odinioară cu expuneri de diapozitive. Computerul şi folderul de imagini au exterminat şi ideea de petrecere. Azi scoţi din hard disk câteva poze pe care printre două zboruri le expui printre

fotografiile porno. Turistul e în decadenţă: transportat cu turma, a ajuns un proscris al mondializării. Ni-l şi închipuim echipat cu şapcă, chinuit de eritemul solar; se vede pe faţa lui inadecvarea la peisajul local. Amatorismul de gură-cască e pericolul său cel mai mare. Turistul e vulgar; fiecare dintre noi poate fi turistul ridicol. Ne poate invada, domina fără să băgăm de seamă. Te credeai un „călător" şi când colo eşti doar un turist!

Eram ieri purtători de civilizaţie şi iată-ne ajunşi nişte sălbatici care calcă în picioare grădinile de flori ale Bunului Sălbatic, nişte turişti care inscripţionează şi sporovăiesc, dând dovada condiţiei noastre de mulţime devalorizată, puşi pe fugă, cu ochelari de cal, dar chipurile mereu în căutarea unui exotism veritabil, adică detaşat de tranzacţia comercială, de spirit de invadator. O culpabilitate altermondială ne va strica de-acum concediul.

Cuvântul „exotism" a apărut în 1845, odată cu puhoiul de „— isme" al secolului al XIX-lea, la Victor Segalen. Într-o carte neterminată cu titlul *Essai sur l'exotisme*[56] el a vrut să construiască o metodă de întâlnire cu Celălalt. Sfătuia evitarea empatiei, păstrarea unei distanţe salvatoare, în general evitarea de te bate pe burtă cu autohtonul. În *Nous et les autres*[57]

Tzvetan Todorov expune chiar o galerie de portrete ale „tipurilor" de călători, galerie extrasă din observarea relatărilor de călătorie. Câteva încă ne mai sunt familiare. *Asimilatorul*, de exemplu, zelatorul conceptului universalist al unui gen uman ideal. El e misionarul prin excelenţă. Trupele americane din Irak au purtat în oarecare măsură proiectul său politic, turistic şi în acelaşi

56 *Victor Segalen, Essai sur l'exotisme. Une esthetique du Divers (1918), Le Livre de poche, Paris, 1986.*

57 *Tzvetan Todorov, „L'exotique. Voyageurs modernes", în Nous et les autres. La reflexion française sur la diversité humaine, „Points Essais", Seuil, Paris, pp. 451–463.*

timp… balistic.

Profitorul, omul de afaceri – acesta speculează totul în interesul său. Contrar asimilatorului, se adaptează la toate contextele. Idealul? îl doare la bască. Mai ponderat este *impresionistul*. Se interesează de alţii, dă seamă de călătoriile sale în scrieri, imagini, impresii, senzaţii. Este individualist, dar e rafinat. Se caută pe el însuşi în stranietatea, singularitatea celorlalţi şi a peisajelor. Astfel de călători pasionaţi şi narcisici care nu ne relatează orice fleac au fost Pierre Loti, Henri Michaux şi Roland Barthes.

Turistul e un vizitator presat care preferă mai degrabă monumentele decât fiinţele umane. N-are timp de prostii, doar e în concediu! Deplasările lui în străinătate s-au comprimat în concediul cu plată. Din lipsă de altceva înclină spre inanimat în detrimentul animatului, fiindcă o cunoaştere a moravurilor umane cere timp. Şi pe urmă, a nu vorbi cu nimeni înseamnă linişte, iar grija conştiinţei de sine dispare. Pentru stabilitatea lui psihică mai bine se întreţine cu cămilele decât cu oamenii. Incultura te pune la adăpost de întâlniri nedorite. Când nu vorbeşti limbi străine eşti relaxat. Ce dacă vei contribui la vulgaritatea ţărilor pe care le parcurgi! Din producţia de obiecte „tipice”, survenirele de „culoare locală” destinate lui, pretutindeni identice, poţi să ghiceşti că acest individ secretă un humus coroziv.

Dezarticularea, climatul etilic şi deprimant al vieţii expatriatului, aspectul de bază secretă, de familie naţională în incest aduc îndepărtării sale un minus, compensat însă de augmentarea contului bancar. Expatriatul e un chip al vulgarităţii prin modul său de viaţă superior celui al indigenilor, prin personalul de serviciu, prin faptul că îi dă târcoale fără încetare spectrul unei întoarcerii dezastruoase la târla lui. Atunci adio, viaţă somptuoasă! Înapoi la realitatea profesorului, a funcţionarului, a agentului administrativ! Aşteptând,

expatriatul vânează tot ce îi pică. Măcar de n-ar muri de vreo boală tropicală, de vreo febră din fundul mlaştinii!... Imagine romantică, fără îndoială, fiindcă azi expatriatul se exilează la New York, Londra, Sydney, Moscova... Şi nu prea are de gând să se-ntoarcă.

Locuri vulgare

La Salonul de carte din 2007 de la Paris, careul VIP-urilor, spaţiul menit pentru *exclusive people* se intitula „Seraiul”. Nu e uşor să-ţi dai seama dacă prin asta se înţelege promisiunea unei narghilele ori savuroase plăceri carnale oferite într-un erzaţ de salon Air France. Orientalismul acesta de târg comercial e şi el destul de vulgar. Un bazar de-a dreptul exotic.

Chiar nu ducem lipsă de locuri vulgare! Localul de noapte din provincie, restaurantul de proletari, magazinul cu ţoale sau, mai rău, cel de blugi de la Halles, care avea tupeul să afişeze „ultima boarfă înainte de solduri” aşa cum pe vremuri citeai „ultimul staţion-service înainte de frontieră”, La Rhumerie, Queen, centrul comercial de periferie, clinica de chirurgie estetică libaneză, cazinoul şi crupierii, concesionarul Mazda, Peugeot... lupanarul cu parking... Saint-Tropez, de exemplu, şi-al său *people* – toţi amici de-ai regretatului Eddie Barclay, nişte pierde-vară în costume albe, sugative de şampanie – ... Saint-Tropez cu iahturile lui hâţănându-se în port şi cu săracii care le privesc, le comentează, le vorbesc de rău; *eşanjiştii* de pe plajă, bătrânii în tanga, cu lanţ de aur la gât şi foarte bronzaţi ca să pună în evidenţă firele de păr alb de pe trup, care destupă sticle magnum la restaurantul La Voile Rouge, fetiţele topless participante la concursul de balcoane, cu sânii ghiulele lansate spre mare, care îţi tot trec şi iar trec prin faţă, lucitoare şi foarte cambrate. Era o vreme când municipalităţile de la malul mării încă tolerau

ţinuta de plajă în oraş, bărbaţii în slip, femeile în maiou prin raioanele supermarketurilor de pe Coastă. Azi, ce-i drept, nu te mai plimbi în minislip sau în minişort. Municipalităţile au făcut arestări pentru a opri hoinăritul gol-puşcă prin oraş. A rămas totuşi luatul mesei la bustul gol, *la burdihan*, cum se spune în Québec; destul de vulgar. Expunerea felurilor de mâncare îngurgitate, regurgitate, transformate-n şunci, provoacă un exces de realitate. Masa cea mai modestă ia o alură de vanitate. Mestecatul se preschimbă în ceva morbid, în devorat. Păi, nu e viaţa pregustare a eternităţii? Cum? Era totul pe masă şi în cinci minute n-a rămas nimic? Marea ghiftuială, marea plesneală!

Alte locuri vulgare? Oriunde dai de amestecul de mulţime, de turişti, de negustori de T-shirts, fast-food-uri, hoţi de buzunare, ambuteiaje: în josul străzii Ramblas din Barcelona, câteva străzi din centrul Veneţiei, Plaka din Atena şi clona ei, cartierul Hachette din Paris, porturile şi pleava din ele, centrele istorice intrate pe mâna negustorilor templului, Kabuki-Cho din Tokyo, unde yakusa pomădaţi ai lui Shinjuku, cu părul frizat aiurea, fumează ţigară de la ţigară în faţa sex-shopurilor şi a sălilor de pachinko… şi, fireşte, la limita vulgarităţii, Montmartre, mai idiot decât orice cu piaţa sa Tertre de operetă, cu spiritul său fals boem. Vulgaritatea şi prostia formează un cuplu cu geometrie variabilă. Vulgaritatea afişată – iat-o încă în reclamele „Optic 2000”, în care Johnny, cu ochii săi de husky scoşi în relief de barba nerasă de trei zile, îşi vinde marfa. Să amintim că eroul nostru naţional, pentru a-şi asigura succesul concertului la Vegas, a trebuit să închirieze un charter imens burduşit cu public. Un caz unic în analele showbiz-ului. Umplutul sălilor, iată o metodă pe care o experimentase Olivier Ştim, fostul ministru centrist raliat stângii. Dată în vileag, escrocheria l-a costat cariera. Vulgaritate încă odată cu solistul Michel Polnareff pozând

nud cu logodnica lui Daniellah într-un număr din *Paris-Match*; sau mai pe scurt, prima pagină din *Match* e un loc vulgar pur şi simplu. Şi cum vulgaritatea e internaţională, cum ignoră frontierele, se iveşte ba ici, ba colo, câte puţin cam peste tot. Fără-ndoială, un atribut al vulgarităţii este să fie susceptibilă de a se ivi peste tot, în orice moment. Limita vulgarităţii ignoră limitele. Fără număr!

La Moscova există un restaurant botezat Galeria, o referinţă nu la galerele pe care le-a cunoscut Uniunea Sovietică şi care încă mai plutesc prin zonă, ci la galeria la care stai gură-cască. În acest templu al branşării, şi nu e singurul, mai sunt şi prin alte părţi – la Beirut, de exemplu – în faţa restaurantelor Cocteau, Market, Yabanni, unde se înghesuie numai 4 x 4 negre şi unde mai e un pic de loc doar pentru bolizii stacojii şi decapotaţi, aici defilează toată colecţia Versace. Aici îi vezi pe noii bogătaşi, noii rusnaci… Strasuri, aurăraie, tocuri ascuţite, coafuri fistichii, accesorii, genţi de mână… nimic nu lipseşte. Masculii însoţitori se afişează în costumaţie „mafia”, *total look* Hugo Boss, ceafa lată – un aer suspect generalizat. Totuşi umflăturile de la subsuoară, marcă a revolverului, încă nu sunt ţinută obligatorie. Galeria nu înseamnă chiar un restaurant de ucigaşi, nu e „Soarele alb al deşertului”, de exemplu, de la metroul Tvetnoi-Bulevard. Nu, aici se joacă doar pe cartea lipsei de măsură. Acum câţiva ani se ridicaseră podiumuri între mese nu pentru un show de top-modele, ci pentru exhibarea unui cârd de Mercedesuri. Oricine, dacă îl apuca brusc cheful, putea să-i ofere logodnicei sau gagicii un 350SE sau un 500SEL. Trandafirul roşu sau buchetul de iasomie pe care un pakistanez mizerabil încearcă să ţi-l vândă („Iar flori? Mersi, nu mai are nevoie, i-am pus-o deja”) este înlocuit de-acum cu capace de roţi, cu cilindri şi ABS-uri la fel de nichelate ca destinatarele lor.

RUŞII MERG CU TRENUL ÎN DUBAI. DEŞERT… ŞI

DEODATĂ UN ORAŞ CU O GROAZĂ DE BANI. O MARE ISPRAVĂ PENTRU CĂ, LA DREPT VORBIND, FĂRĂ CLIMATIZARE TOATĂ LUMEA E MOARTĂ. IAR AICI DAI PESTE 80% DIN EXPATRIAŢI, DIN SHOPPING MALL-URI, DIN HOTELURILE UNDE NIMIC NU E IMPOSIBIL, CU LAGUNĂ FALSĂ VENEŢIA, CASTEL SPANIA, MEDINE, SUKK-URI, RANCH-URI, MANHATTAN... ÎN FINE, UN TURN A CĂRUI ÎNĂLŢIME FINALĂ AR URMA SĂ AJUNGĂ PE LA OPT SUTE DE METRI. E ÎNCĂ NETERMINAT DE TEAMĂ SĂ NU APARĂ UN CONCURENT LA DOI PAŞI CARE SĂ RIDICE UN TURN ŞI MAI ÎNALT ÎNCĂ. VULGARITATE PRIAPICĂ?

Şi în Las Vegas hotelul Veneţia se sparge-n figuri cu un Grad Canal şi cu un pod Rialto ridicate la primul etaj. Ţărănoii de Arizona şi Kansas îşi oferă un tur de gondolă climatizată şi exclamă: *Gorgeous*! Milano are restaurantul Gold, în care şi-au băgat banii Domenico Dolce şi Stefano Gabbana, alias D & G. Acolo totul e din aur: oglinzile, mesele, candelabrele. Canapelele din piele albă şi marmura trandafirie completează aceste decoraţiuni la fel de sclipicioase precum clientela. Nuanţă pe nuanţă.

CLAUDE COHEN CUNOAŞTE PE DE ROST RUTA PARIS-TEL-AVIV ŞI O CONSIDERĂ CEA MAI VULGARĂ DINTRE TOATE. „TREI SUTE ŞAIZECI DE PASAGERI – ADICĂ TREI SUTE ŞAIZECI DE PROFITORI. TOŢI COPIII NESUFERIŢI DE PE LUME. LA ÎNREGISTRARE, TOATĂ LUMEA CAUTĂ SĂ GĂSEASCĂ O JUSTIFICARE: UNUL E AŞTEPTAT LA O NUNTĂ, ALTUL JOACĂ ŞI MAI TARE – TREBUIE SĂ SE DUCĂ LA O ÎNMORMÂNTARE. ŞI TOŢI ŢIN SĂ PRECIZEZE: «SUNT PRIETENUL LUI X, LUI Y.» DE EXEMPLU: «ÎL CUNOSC FOARTE BINE PE PATRONUL AIR FRANCE, SERGE TCHURUK.» «NU, DOAMNĂ, ACELA E LA ALCATEL!»

LA TEL-AVIV, APROAPE DE ATERIZARE, STEWARDESA CERE TUTUROR SĂ RĂMÂNĂ AŞEZAŢI ŞI

SĂ NU-ŞI DESCHIDĂ TELEFONUL MOBIL, DUPĂ CARE ADAUGĂ «CELOR CARE SUNT DEJA ÎN PICIOARE LE DORIM UN BUN HANUKKA, CELOR CARE SUNT ÎNCĂ JOS UN CRĂCIUN FERICIT!»”.

Bulgaritate

O idee de-a gata: „Când un tip fură vedem cleptomania, când o ţară-ntreagă fură – aceasta-i România”.

ŢIGANUL ŞI IUGOSLAVUL, ŞĂTRARUL, ROMÂNUL ŞI MOLDOVEANUL TRAG DUPĂ EI DECLASAREA PUTORII DE CEAPĂ. NU INTRI ÎN GRAŢII CU ORICE MIROS. SĂ NE ADUCEM AMINTE CUM A PROVOCAT JACQUES CHIRAC UN PROTEST LA UNISON CÂND ÎN TIMP CE VORBEA DESPRE DIFICILA COABITARE ETNICĂ A SPUS CĂ SCĂRILE BLOCURILOR SUNT INVADATE DE UN MIROS DE BUCĂTĂRIE. VULGARITATEA PUTE. E LA LIMITĂ CHIAR ŞI ATUNCI CÂND SE DĂ CU PARFUM. ÎN RECLAMA LA DEODORANTUL AXE („CU CÂT TE DAI MAI MULT, CU ATÂT AI MAI MULT”), UN FĂT-FRUMOS DE PLAJĂ SE ÎMPROAŞCĂ cU SPRAY. EFECTUL E IMEDIAT, HOARDE DE FETE ÎN RUT ALEARGĂ SPRE EL, ÎL ÎNCONJOARĂ, DIN CE ÎN CE MAI MULTE. DUHOAREA DE USTUROI, DE CONDIMENTE, ADICĂ TOT CE POATE AVEA SEMNIFICAŢIE STRĂINĂ, E RESIMŢITĂ CA UN FACTOR AL DECLASĂRII. FIINŢA RAFINATĂ E LIPSITĂ DE MIROS AŞA CUM HRISTOS NU ARE EXCREŢII.

CINEVA NE-AR PUTEA ACUZA DE RASISM, DAR ACESTA E ADEVĂRUL: IUGOSLAVUL, BALCANICUL POARTĂ POVARA MASEI VULGARE. SCRIITORUL PATRICK BESSON, CARE ŞTIE REGIUNEA CA-n PALMĂ, A SCRIS LA UN MOMENT DAT: „PE SÂRBI NU-I DERANJEAZĂ FUMUL DE ŢIGARĂ FIINDCĂ AU TRĂIT

MULT TIMP ÎN CASE FĂRĂ ŞEMINEU”. CEAPA CRĂPATĂ ŞI CÂRNATUL CU USTUROI TE TRIMIT LA ŢĂRĂNOI, LA DRUMUL LUI LUNG, LA NOMAD. FĂRĂ-NDOIALĂ, DE LA CIOCNIREA SPAŢIULUI LATIN CU CEL SLAV A RĂMAS O DUBLĂ POVARĂ, O DATORIE DE PLĂTIT. SĂ RECUNOAŞTEM CĂ PUHOIUL DE AFACERI MURDARE, DE FILIERE DE PROSTITUŢIE, ESCROCHERII ALBANEZE, DE CIRCUITE DE APROVIZIONARE A BORDELURILOR VIA UCRAINA ŞI MOLDOVA, TRECEREA PE ŞEST PESTE RÂUL PRUT ÎN CAMIONETE TICSITE CU FETE FĂRĂ VIITOR NU FAC DELOC BUNĂ RECLAMĂ ZONEI. „IUBIREA ÎNSEAMNĂ VIOLENŢĂ. ŞI NU DOAR ÎN SENSUL VULGAR AL PROVERBULUI BALCANIC CE SPUNE CĂ: «DACĂ NU-ŞI BATE NEVASTA ÎNSEAMNĂ CĂ N-O IUBEŞTE!» „[58], SCRIA SLAVOJ ZIZEK. ŞTIE EL BINE DESPRE CE VORBEŞTE!

Moda *Borat* ne-a dovedit că spiritul provincial al acestor regiuni dominate odinioară de uriaşul sovietic calmează azi nevoia de exotism. Ghidul fals al „Molvaniei”[59] uza de aceeaşi metaforă, hălăduia pe aceleaşi făgaşe. Ne fascinează mârlănia ţărănească, zâmbetele fără dinţi sau dantura toată din aur. Şi că există încă ţinuturi în care oamenii te privesc cu gura căscată, dar blindată. În Uzbekistan am văzut populaţii întregi cu un surâs aurifer care te îngrozeau imediat ce aveai soarele în spate. *Too much*!

Maşină

ÎN TIMP CE RECLAMELE PRODUCĂTORILOR DE AUTOMOBILE NE PLICTISESC DE MOARTE, SE ÎNTÂMPLĂ ADESEA CA ŞOFERII ÎNŞIŞI SĂ SE OMOARE

58 *Slavoj Zizek, La Marionnette et le Nain, Seuil, Paris, 2006, p. 46.*

59 *Santo Cilauro, Tom Gleisner şi Rob Sitch, La Molvanie, Flammarion, Paris, 2006.*

ÎNTRE EI. MAŞINA E SFERA ÎNALTĂ A DECOMPRESIUNII VULGARE. DE CE? FIINDCĂ VEHICULUL E O EXTENSIE A DOMENIULUI PRIVAT. ORICE INTRUZIUNE REALĂ SAU SIMBOLICĂ E TRĂITĂ ACOLO CA O TRECERE PESTE LIMITĂ. ŞI ŞTIM CE ÎNSEAMNĂ ACEASTĂ TRECERE, SĂMÂNŢA DE SCANDAL A EXPLOZIEI DE VULGARITATE. VULGARITATEA PROVINE DIN CONFUZIE, DIN NEGAREA LIMITELOR. ORICE VULGARITATE E FĂRĂ MARGINI, TRECE DINCOLO DE ELE. ORICE VULGARITATE E NORMATIVĂ PRIN TRANSGRESARE. EA SEMNALEAZĂ HOTARUL PE CARE ÎL DISPREŢUIEŞTE. DAR CU TOATE ACESTEA TRANSGRESAREA E CONTINUĂ.

De câţiva ani obsesia liniştii merge mână-n mână cu omniprezenţa zgomotului, iar locuitorii de apartamente suportă tot mai puţin alarmele vecinilor. Asta nu fiindcă în maşinile transformate în local de noapte cu boxe superbass poţi să guşti din plin muzica. E uşor de ghicit cum creşte adrenalina graţie circulaţiei haotice, muzicii dezlănţuite şi iminenţei permanente a unui apel pe telefonul mobil. Când eşti prins trafic te-apucă nebunia. Recurgerea la limbajul birjăresc, insulte, ridicarea pumnului, umflarea în piept şi trântitul uşilor sunt probabil un antidot al fricii, numai că remediul agravează răul. Din nervos devii de-a dreptul posedat. Şoferul blocat în trafic ţâşneşte afară din maşină şi ferească Dumnezeu de ce poate urma! Perioada de incubaţie s-a-ncheiat. Până şi cele mai şarmante fiinţe se preschimbă-n brute. Protejat a priori de carcasa de tablă, obsedat, eşti chinuit de gândul că poţi fi prins fără să vrei într-o chelfăneală şi totuşi te-apuci să-i arăţi muşchii. Ce mai contează că s-ar putea să dai peste un şofer şi mai nervos decât tine gata să scoată pistolul, să te doboare pentru manevra greşită, o tablă boţită un pic sau pentru o presupusă lipsă de respect! Să mori pentru un loc de

parcare… cam vulgar, nu? „LOC: mereu trebuie să cauţi unul”, Flaubert, *Dicţionar de idei de-a gata*.

Enculé! şi „Poponarule!” E înjurătura de bază a şoferului irascibil.

Enculer apare în 1734 şi cu toate astea nu figurează în Larousse pratique. În Dictionnaire du français au quotidien, ediţia din 2003, se trece direct de la encroûter la encyclique. Totul într-o ordine exactă! Nicio urmă a acestui cuvânt şi a derivatelor lui nici în Le Petit Larousse din 2003 şi nici în Larousse de poche din 2005. Cu toate acestea cuvântul era deja prezent în Grand Larousse de la langue française en sept volumes (1986) şi îl regăsim în Nouveau Petit Robert, ediţia din 2003, după encroûter: enculage, enculé, de enculer, enculeur, apoi encuver şi encyclique… Le Grand Larousse menţionează cuvântul encuirasser (Le Petit Robert nu menţionează decât cuirasser şi se cuirasser) între encroûter (sunt posibile şi variantele’s encuirasser şi-s encroûter) şi enculage… Aici totuşi se evită bine cunoscuta expresie la limita vulgarităţii – l’enculage de mouches, ca să nu-l plictisească pe cititor! De altfel „Indicele virulenţei, încercare de barem spre folosul domnilor magistraţi” din lucrarea Traité d’înjurologie a lui Robert Édouard[60] menţionează faptul că enculé a doborât toate recordurile, după care vine mult în urmă paquet de merde, iar éburné a căzut cu totul în desuetudine. Iar englender – cine mai face aşa ceva?[61]

În martie 2006, într-un colţişor al unei săli de clasă se putea vedea sub o fereastră o inimă desenată cu pixul pe perete, o inimă micuţă, discretă, rotundă şi romantică. Săgeata inevitabilă stătea înfiptă deasupra unor cuvinte caligrafiate cu delicateţe: Je t’encule.

---

60 *Robert Édouard, Traité d’injurologie, „Domaine français”, Paris, 10/18, 1983, p. 125.*

61 *Jean-Paul Colin, Jean-Pierre Mével, Christian Leclère, Dictionnaire de l’argot, Larousse, Paris, 1992, p. 237.*

Maşina e un semn exterior al vulgarităţii. Modelul CX prezidenţial al proaspătului preşedinte ales Jacques Chirac, model retro, a ajuns între timp maşină de golănaşi de cartier, BMW-ul puternic cu ceva rugină pe el ori din cale-afară de strălucitor a ajuns apanajul gangsterilor. La Beirut, pe vremea răpirilor, regii drojdiei etnico-politice semănau teroarea din BMW-urile lor cu portbagaj suficient de mare ca să încapă în ele câte un *kidnapped*. Coupé-ul sport, Opelul Tigra rotund şi scurt, trimite la parfumul de la reduceri, la straturile de make-up. Prea mult machiaj – parcă ar fi o maşină luată cu japca, o maşină care te invită din priviri.

La ultimul Salon de tuning de la Bourget, fanaticii înnebuniţi după maşini customizate, decorate cu sidef sau cu diverse sprayuri superlucioase, oscilau pervers între supunerea faţă de omniprezenţii jandarmi şi stilul delincvent. Forţe de ordine supravegheau publicul şi răspândeau vorbe de laudă despre standul lor. Chipurile, aduceau aminte regulile elementare ale codului rutier, adică procentul de alcoolemie şi numărul de puncte pierdute pentru trecerea peste linia continuă sau pentru cele trei pahare în plus. Afară, pe suprafaţa unei parcări transformate în pistă de cascadorii, meseriaşi ai derapajului făceau o demonstraţie de urmăriri în Audi sub privirea severă, dar neutră a motocicliştilor de la poliţia naţională. Scrâşnituri de pneuri, urlete de motoare, condus agresiv, rotiri la o sută optzeci de grade… toate elementele unei uşcheli după un atac asupra băncii erau oferite publicului pe tavă, şi asta non-stop. Amestecul era uşor de ghicit şi îţi dădeai seama că de pe cele două părţi ale baricadei forţele de ordine şi gangsterii ucenici se măsurau şi îşi dădeau cu tifla, dar şi unii, şi ceilalţi erau aproape identici, ieşiţi din acelaşi mediu şi cu greu separaţi în două tabere, mai mult din cauza zguduirilor din istoriile de familie.

Înăuntrul holurilor expoziţiei se vedea că toate cuplurile aflate în vizită apreciau mai presus de orice atmosfera „branşată”. Dat fiind numărul de standuri care vindeau chiloţi tanga marca Opel, Toyota sau Citroën ajungeai să înţelegi că rotunjimile volanului se asortau de minune cu fesele doamnei. Şi că lenjeria inspirată de caroserie devine un proiect de mare viitor! De altminteri exista şi un stand consacrat campionatului Sound Pressure Level, adică celui mai gros sunet de motor. R5-urile vopsite kaki, eternele jeepuri-dubiţe, erau trase de posesori în faţa unei tribune incerte unde se busculau câţiva fani „înrăiţi”. Dotate cu difuzoare şi cauciucuri impresionante şi lăcuite pentru a obţine câţiva decibeli în plus, aceste maşini hidoase ajungeau la viteză maximă şi până la 161 de decibeli (recordul e de 177 db). Să nu credeţi că aici se asculta hip-hop sau măcar un rap mai vechi. Nu! Aici era doar un grohăit, un răget care propulsa acul sonometrului la înălţimi stratosferice. Şicul torcea pe capote, acolo unde se întindeau „fetele minunate aduse la standul X”... Şi fiindcă sunetul înseamnă vibraţie, vibrau şi fetele, şi încă cum! Ceea ce stârnea interesul maestrului de ceremonii: „Ei, domnişoarelor, simţiţi vibraţiile?” Aşa cum spusese şi şoferul de sală înainte să dea drumul la başi: „Ia să vedeţi cum o să pulseze!”

Dumnezeu

„Dumnezeu îşi bagă degetul peste tot”.
Flaubert, *Dicţionar de idei de-a gata*

Există în Sicilia o mică biserică unde se întreţine un cult pentru Santa Madonna della Confuzione. Nu trece o săptămână fără să trebuiască să o invocăm, din motive atât laice, cât şi divine. Iar credincioşii se-mbulzesc acum sub flamura ei. „Ne-am lansat într-un *boom* biblic de proporţii gigantice”, constată Enrico Benedetto, fost corespondent

la *Stampa*, devenit acum pastor la Clamart. De când credincioşii zapează de la o biserică la alta, necredincioşii sunt peste tot.

Hotelul Max din Seattle, establishment concept, cu opere de artă, tablouri şi fotografii în camere, covor roşu la intrare şi mochete cu dungi à la Paul Smith, oferă două servicii inedite: un pillow menu şi un *spiritual menu*. Primul se adresează trupului. Pe patul vostru o duzină de perne din pene, tari, moi, tandre, încăpăţânate, înţelepte… După alegere. Al doilea vizează spiritul. Un telefon la recepţie şi imediat vi se aduce cartea care să vă ţină de urât: Biblia, Coranul, New American Bible, Bhagavad Gītā, Cartea mormonilor, Dao de Jing, Tora, Cartea de scientologie. După cum se vede, au pentru toate gusturile. Iar lucrul cel mai frumos e formula: *Order your favorite or try something new*! După Biblie, un *shoot* de scientologie, aşa… de curiozitate! Ca şi cum eşti adept al cheeseburgerului şi deodată îndrăzneşti şi un bacon-cheese. Să-nnebuneşti, nu altceva!

Teologia prosperităţii face discipoli. Acum, dacă eşti ministru al Cultelor, se recomandă să arborezi şevalieră din aur şi amulete din diamante. Căci Dumnezeu e bun şi sfinţeşte pe bani. Biserica a devenit o trambulină a ascensiunii sociale şi dacă faci carieră la firmă în timpul săptămânii, faci carieră şi duminica în poala Domnului. Sub semnul penticostalilor, cufundaţi în necontenită rugă, bisericile *new-look* ale protestantismului realizează un melanj între mesajul christic şi cultele etnice, între impoziţia mâinilor şi harurile vindecătorilor. Poate-i mai bine că Biserica s-a preschimbat într-o gigantică Academie a Vedetelor. Bisericile sunt arene, stadioane, platouri TV. Adunările de prozeliţi regrupaţi în falange sau celule de discipoli scot la iveală competiţia permanentă pentru numărul de credincioşi capturaţi. Cine strânge câştigă. În această ambianţă de chermeză de supermarket, într-o

veselie agresivă care se hrăneşte din propria expansiune, publicul ţintuit de ecranele unui karaoke gigant scandează în cor binecuvântările divine: „Mulţumim, Doamne, pentru viaţa pe care ne-ai dat-o nouă, Soldaţilor Împărăţiei Tale. Biserică de vulturi, Biserică de Campioni…” Cuceritorii mistico-business nu se dau înapoi de la nimic. Credinţa e de vânzare, iar clientela se înghesuie la coadă la agheasmă.

Partea a doua

Bazooka vulgarităţii

„Despre educaţia ta… nu ştiu, dar pentru vulgaritate…
du-te dracului!”
Un amic

„Ceea ce e fascinant la prostul-gust este plăcerea aristocratului de a displăcea”.
Charles Baudelaire

Fiindcă e un semn care te dă de gol, te declasează, o atitudine care exclude, o trecere adesea necontrolată a frontierelor, vulgaritatea capătă întâietate pentru aceia pe care îi înseamnă – devine o marcă proprie. Ea poate să facă obiectul instrumentalizării. Dacă e stăpânită, devine o armă, blazonul unei epoci care glorifică asaltul neîntrerupt şi comportamentul irascibil, indignarea eroică şi gestul provocator. Aceşti adepţi ai vulgarităţii trâmbiţate fără ruşine, fără sentiment de culpabilitate şi fără reţinere nu sunt nici nişte novici timizi, nici victime. Reperează ţinta şi degajează câmpul de tragere şi totodată propria conştiinţă. Pentru ei *vulgar* e semnul unei declaraţii de război. Sunt convinşi că a fi modern înseamnă să fii pus pe harţă şi sunt

gata să scoată sabia. O greşeală involuntară, un lapsus prefăcut, derapajul, mica aluzie înţepătoare, insulta, toate fac parte din inventarul lor agresiv din ce în ce mai variat odată cu augmentarea auditoriului. Peste tot exagerarea e norma şi urlatul obligatoriu: în săli de spectacole, în cabarete, în studiourile de televiziune, de radio, pe estradă, în avanscenă, în localuri sau vagoane de tren şi în aceeaşi măsură în limbajul utilizatorilor transportului în comun, al elevilor de liceu („Doamnă, păi, dacă mă înjură!? Normal că-l înjur şi eu!”) ori al delincvenţilor aduşi la tribunal. Supravieţuirea depinde de ele. E preţul plătit ca să te poţi extrage din grup, e forţarea inevitabilă a blocadei. Pe dosul camioanelor din India stă afişat: „Claxonaţi, vă rugăm!” La noi ar trebui să scrie „Urlaţi, vă rugăm!”, fiindcă e un consemn respectat. Vulgaritatea insistentă e o rafală de arme, un semnal de asalt. O atitudine vulgară are ceva de cal troian fiindcă urmăreşte să te penetreze şi să te manipuleze. Şi atunci îţi mai rămâne doar răspunsul agresiv. Violenţa e consubstanţială vulgarităţii în acţiune.

„HITLER? FOARTE VULGAR!”, RĂSPUNDEA WINSTON CHURCHILL.

Un Mussolini umflat în piept şi împintenat, un Nichita Hruşciov izbind cu pantoful în masă la o întrunire la sediul Naţiunilor Unite, un Hugo Chavez insultându-l pe George Bush: „Sunteţi un laş, un imbecil, domnule Bush, genocidar, asasin…” – iată retorica proprie conflictului, acţiunii impulsive. „În unele privinţe cuvintele vulgare şi feroce totodată produc acelaşi efect ca vederea sângelui: când te obişnuieşti să le pronunţi, ideile pe care le conţin îţi devin mai familiare”[62] scria Germaine de Staël. Istoria măreaţă viermuieşte de excese verbale bine cântărite, desăvârşite, ţinute sub control. Dar şi în istoria mică se

62 *Germaine de Staël, De la littérature, Flammarion, Paris, 1991, p. 307.*

înşiruie ieşirile deplasate: de exemplu, micile expresii ale lui Jean-Marie Le Pen sau ale lui Alain Finkielkraut, poreclit *Finkielkrote,* pe site-ul lui Dieudonné, „Les Ogres”.

TOT VULGARĂ E ŞI MANIERA SUMBRĂ ÎN CARE PARTIZANII PREŞEDINTELUI BIELORUSIEI, AUTOCRATUL LUKAŞENKO, îl DESCRIU PE OPONENŢII REGIMULUI: „O BANDĂ DE HULIGANI DROGAŢI ŞI BEŢIVI, HRĂNIŢI CU LECTURI PORNOGRAFICE”[63], DETALII DE LIMBAJ FĂRĂ-NDOIALĂ, ÎN CARE MUSTESC LIPSA DE JENĂ ŞI NEPĂSAREA LAXĂ. „RELAXAREA MORAVURILOR” ÎI MÂNĂ PE EDILII NOŞTRI DIN ÎNTREAGA LUME SĂ SE BĂLĂCĂREASCĂ PRIN MOCIRLA INSULTEI ŞI A REPLICII GROSIERE. „PÂNĂ ÎN WC-URI O SĂ-I URMĂRIM PE TERORIŞTI” AMENINŢA PUŢIN. ÎN QUÉBEC, FOSTUL PREŞEDINTE AL PQ, ADICĂ PARTIDUL QUÉBECHEZ ADEPT AL INDEPENDENŢEI, ANDRÉ BOISCLAIR, O FIGURĂ PE SCENA GAY DIN MONTRÉAL, A LUAT PARTE LA O EMISIUNE TV PE CÂND ÎNCĂ ERA ÎN FUNCŢIE. CÂND ANIMATORUL I-A PROPUS SĂ SĂRUTE PE GURĂ O ACTRIŢĂ DE FILME PORNO A REFUZAT, CEEA CE E DE ÎNŢELES, NUMAI CĂ A ADĂUGAT, PENTRU A-ŞI JUSTIFICA REFUZUL: „AVEAM IMPRESIA CĂ RĂSCOLESC PRIN PUBELE”. CA SĂ VEZI… O GHENĂ CARE SE ASCUNDE ÎN SPATELE ALTEIA!

„MONŞTRI – nici nu-i mai observăm”.

Flaubert, *Dicţionar de idei de-a* gata[64]

Acum câţiva ani cuturierul Karl Lagerfeld lansa o prezentare la Bon Marché într-o punere în scenă demnă de George Orwell. Într-un stil Big Brother pur, Karl se afişa ca personaj malefic, păianjen care-şi ţese plasa, un Mao la patru ace. Lagerfeld ştie de minune să te ducă cu zăhărelul şi să pună totodată băţul pe tine cu o vulgaritate asumată.

63 *Le Monde, 2 aprilie 2006, p. 18.*

64 *Flaubert, Opere, vol. III, Ed. Univers, Bucureşti, 1984, p. 300 (n. tr.).*

Atunci când pe una dintre colaboratoare o botează „curva mea” sau atunci când se desparte de Inès de La Fressange cu o avalanşă de insulte reproduse în presă, de fapt el îşi retuşează personajul său de autocrat fără reţineri. La el vulgaritatea devine cheia care îi permite să-şi cucerească lumea. Figura de dandy pe care şi-o ia, cu reversul ei decadent: entuziasmul pentru tot ce e futil, tonul morbid (negrul vestimentar, slăbirea afişată după un regim sever, distrugerea savantă a trupului şi parodiată până şi de accesoriile exagerate, purtate ca nişte coroane mortuare), toate acestea vin să întărească fraternitatea vulgarităţii cu moartea.

În eseul său despre vulgaritate din 1930, Huxley menţionează că anorexia tinerelor fete din înalta societate din secolele al XIX-lea şi XX era imperativă, atitudinea supremă fiind aceea de a te descotorosi mai degrabă de viaţă. „Să trăim? O s-o facă valeţii noştri şi pentru noi” scria Huxley, citând o frază din Villiers de L’Isle-Adam[65] emblematică pentru sublimul *fin-de-sieâcle*. Trupul care trăieşte şi sfârşeşte prin a se descompune hrăneşte vulgaritatea. Un dandy nu are trup. El nu e decât aparenţă.

Şi un Jacques Lacan ştia să joace pe cartea acestor parametri, amestecând discursul abscons cu vorba pe şleau a birjarului care te biciuieşte cu ce-i vine la gură.

Lacan trivial? Lacan vulgar? Psihanalistul Gérard Wajeman recunoaşte în Lacan „un efect de stil; numai că la

---

65 *Auguste Villiers de L’Isle-Adam, Axël (1885), partea a IV-a, cap. II, v, „L’option suprême”, în Œuvres complètes, II, „La Pléiade”, Gallimard, Paris, 1986, p. 672: „Să mai accepţi de aici încolo să trăieşti ar fi un sacrilegiu faţă de tine însuţi. Să trăim? O s-o facă servitorii noştri şi pentru noi. Săturaţi pe veci, să ne ridicăm de la masă şi, cu dreptatea cuvenită, să le lăsăm grija de a strânge firimiturile de la festin acestor nefericiţi a căror natură e de a nu putea măsura valoarea realităţilor decât cu Senzaţia. – Am gândit prea mult ca să mai îndrăznesc să acţionez!”*

el stilul nu e omul. Stilul e celălalt, e cel căruia i se adresează. Lacan se foloseşte de vulgarităţile care-i permit să vorbească cu celălalt, fiindcă împrumută de la el aceste vulgarităţi. Nimeni nu ţine de fapt un discurs al inconştientului, ci el ne ţine pe noi. Prin urmare Lacan comite lapsusuri voluntare pentru a ne aminti că toţi visăm vulgarităţi, până şi oamenii foarte în regulă. De altfel se şi zice că îţi vin”. Dacă uneori libertatea ţine de capacitatea de a nu te supune altuia, de a rămâne dezlegat faţă de vorbele lui, se iveşte paradoxul următor: cu cât eşti mai înţeles de către celălalt, cu atât eşti mai puţin liber. Utilizarea vulgarităţii ne pune aşadar la îndemâna altuia şi sfârşeşte în aservire. Individul brutal care-şi afişează vulgaritatea e departe de-a voi să-şi îndepărteze semenii, ci face un pas către ei. Ar vrea să se afirme, dar se aşază la acelaşi nivel. Atunci cum se poate ieşi din această capcană? „Stilul lui Lacan, împănat cu vorbe neaoşe, vizează să iasă din acest paradox, continuă Gérard Wajeman. El se instituie prin vulgarităţi, în afara convenţiilor universitare şi spre marea neplăcere a Academiei. Îşi infiltrează vulgarităţile în discurs fără ca vreodată acestea să-i permită vulgarizarea lui. Discursul îşi păstrează obscuritatea! În felul acesta el nu utiliza niciodată vulgarităţile cele mai vulgare”. E o vulgaritate vulgară numai pe jumătate[66].

Întrebat despre dificultatea de a citi *Finnegans Wake*, Joyce a replicat că îl scrisese pentru a da de muncă universitarilor şi cercetătorilor. Lacan pleda pentru crearea în librării şi biblioteci a unui raion cu ilizibile, unde s-ar fi aflat numai Joyce şi cu el. Iată o vulgaritate în serviciul elitismului libertar, al unei aristocraţii a

66 *Un exemplu: Lacan spune „e doar Unu’”, formulă foarte populară şi comică, o prescurtare a unei fraze cu sens figurat ş„fiind doar unul, nu are loc nici un raport sexual”ţ. „Obligatoriu, explică Gérard Wacjman, căci «este doar Unul» nu are aceeaşi putere de impact. Formula aleasă de el este cea mai potrivită”. Vulgaritatea este o deflagraţie.*

marginilor, poziţie oricând riscantă. „Din efortul de a rămâne marginal, am ieşit din pagină” spunea Jean-Luc Godard. Mereu la limită. Vulgaritatea e un derapaj adesea deliberat. Unei spectatoare exasperate care se revoltase împotriva permanentei lui fofilări şi care-l apostrofa în termeni de genul „Când veţi înceta odată să daţi răspunsuri paralele cu subiectul întrebărilor care vi se pun?” Godard i-a răspuns: „Dar, domnişoară, dacă m-aş apuca să răspund la întrebare aţi uita de ea”. Distant, provocator.

8 decembrie 1909

Dublin, Strada Fontenoy, nr. 44

Dulcea mea curvă Nora.

Am făcut cum mi-ai spus tu, perversa mea mică. M-am masturbat de două ori citind scrisoarea ta ş… ţ. E minunat să i-o pui unei femei care are gaze şi care scapă unul câte unul de fiecare dată când i-o împingi. Cred că aş recunoaşte oriunde unul de-al Norei, ba chiar cred că l-aş putea repera într-o sală plină de femei băşinoase. ş…

NOAPTE BUNĂ, PUTUROASA MEA NORA, DEZGUSTĂTOAREA MEA PĂSĂRUICĂ FUTĂCIOASĂ. AI SUBLINIAT UN CUVÂNT FERMECĂTOR, DRAGA MEA, CA SĂ MĂ MASTURBEZ MAI BINE. SCRIE-MI MAI DES DESPRE EL ŞI DESPRE TINE, MAI TANDRU ŞI MAI MURDAR, MAI MURDAR.

Jim

Pe Internet există următorul comentariu al scrisorii lui James Joyce către soţia lui: *„07/03/2004, 13: 39. Nu mă şochează, dar e vulgar şi total deplasat pe acest forum…”*

Eşti frustrat, băi!

În anii ’70 era ceva obişnuit şi normal să înfrunţi orice individ care dispreţuia psihanaliza: „Fiindcă eşti frustrat, băi, de aia ţi-e frică de psihanaliză!” Altfel zis,

oricărui individ sucit i-ar trebui o şedinţă bună ca să poată accepta o alta. Cerc vicios! Ei bine, un fel de „luare pe sus” (expresia aparţine lui Paul Claudel, care vedea în ea cel mai bun mod de a aborda pagina albă) a fost pusă în aplicare în anii *seventies* în ceea ce s-a numit convenţional „dinamică de grup”. Confruntat cu o situaţie oarecare, individul e sechestrat de o acţiune colectivă şi ia parte la ea chiar şi atunci când îşi astupă ochii şi urechile, chiar şi atunci când refuză să participe. Să refuzi să te implici înseamnă deja să te integrezi cu de-a sila în comedia generală. La petreceri cel care face mai mult gât asigură şi spectacolul. Pe scurt, societatea ne obligă să trăim toţi laolaltă. Claude Lévi-Strauss nota că în societăţile primitive individul alungat din grup se trăgea deoparte şi se lăsa să moară. „Integritatea corpului fizic nu rezistă, scria el, dezintegrării corpului social”. Nimeni nu se desparte de grup decât pentru a pieri. Condiţia supravieţuirii – iată adevărul dureroasei promiscuităţi omeneşti şi mărturia inexistenţei noastre individuale.

„Explică-te!”, „Dar despre asta ce crezi?”… Vai, vedeţi ce înseamnă să fii somat să-ţi dai cu părerea la ieşirea dintr-o sală de cinema? „Deci ţi-a plăcut?” sau şi mai mult: „Super, nu?” Jean Baudrillard scria că *„îmi place* sau *nu îmi place* e acelaşi lucru cu a spune: corpul meu nu e la fel ca al vostru”. În insistenţa de a obţine o părere se ascunde exigenţa dezvăluirii, a denudării. Presiunea e o expresie a vulgarităţii care doreşte să vadă intimul expus pe tava publică. Lasă că te facem noi să vorbeşti!

ASTĂZI SUNT RARE PERSOANELE CARE SE MAI GÂNDESC SĂ SE IZOLEZE DE SOCIETATE, CHIAR DACĂ ÎN EPOCA GPS-ULUI TOT MAI EXISTĂ IMBECILI CARE SE RĂTĂCESC PE MARE, ÎN DEŞERTUL TENERE SAU PE SEINE-SAINT-DENIS. EREMIŢII, ANAHOREŢII RECLUZAŢI ÎN MĂNĂSTIRI SAU GROTE SIMBOLICE STAU LA LOCUL LOR, CHIAR ŞI GOLĂNAŞII, PÂRNĂIAŞII

ŞI NEBUNII SUNT LA VEDERE. TOŢI SUNT ŢINTE LOCALIZATE. PÂNĂ ŞI SCOUTS DE FRANCE FORMEAZĂ ACUM PROPRIA LOR CATEGORIE SOCIALĂ, PÂNĂ ŞI CEI CARE FUG DIN CONFLICTE SUNT SUPRAVEGHEAŢI PRIN SATELIT. CONTRACULTURA NU MAI EXISTĂ, IAR CINE VREA SĂ SE PUNĂ ÎN CONTRA CURENTULUI DOMINANT AL VULGARITĂŢII ŞI INJURIEI, AL VORBEI MURDARE, AL PICANTERIEI ŞI PROMISCUITĂŢII SE INTEGREAZĂ ÎMPOTRIVA LUI ÎNSUŞI.

Mondializarea, un termen a cărui utilizare denotă deja vulgarizarea proprie unui clişeu reluat fără nuanţe, conţine în ea procesul descris de filosoful Paul Virilio: încarcerarea într-o lume închisă, cartografiată în totalitate, o lume tot mai îngustă. Nivelarea prezentă condamnă alterităţile la a nu mai fi perceptibile decât ca reproducere a unei pseudosubversiuni. Celălalt, fiindcă vrea să se revolte contra unui sistem cu vocaţie totalitară, trebuie să facă şi el apel la solidaritatea nemulţumirilor, la mondializarea antimondialiştilor, la mişcările de masă. Un cerc mereu vicios, dinamică de grup. Prin urmare vulgaritatea e definită de instaurarea unor spaţii fără supapă, a lumilor claustrate în care fiecare trebuie să acţioneze după regulile care i se impun, închipuindu-şi din când în când că le-ar încălca. Lumea de după contracultură, situaţionistă, lumea post-Guy Debord şi totodată lumea simulacrului total al lui Baudrillard e un univers al vulgarităţii unde fiecare se chinuie să lupte într-o revoltă de insectă pe care o decriptează *live* şiruri întregi de microscoape. Poţi atunci să uzezi toată retorica vulgară, toată tehnica eficace din vremea Antichităţii greceşti, poţi să impietezi, să agresezi, să jigneşti… riscurile sunt nule. Şi ce e mai rău, ca în orice sistem repliat pe sine însuşi, un act, o atitudine vulgară provoacă o reacţie de acelaşi fel. Atunci când Sarkozy, abia ales, se duce după escapada lui de la Fouguet’s spre Malta pentru câteva zile de *farniente*

pe iahtul omului de afaceri Bolloré, răzbunarea cade peste el ca un val: vulgar! Dar nu cumva e manipulare? În ce constă vulgaritatea? În acest act hulit, în provocarea reuşită? În reacţia programată a indignaţilor care nu sunt, de fapt, decât nişte marionete? În interesul excesiv pe care îl acordă media unui fenomen care ţine de societatea spectacolului? Dar vulgaritatea nu se pune în mişcare şi când jurnaliştii Raphaëlle Bacqué şi Ariane Chemin publică *La Femme fatale* la Albin Michel, unde politica franceză e analizată prin prisma neînţelegerilor conjugale ale cuplului Hollande-Royal?

Andy Warhol a proclamat venirea epocii noastre drept ceva „vulgar". Aşa se face că odată cu modernitatea (consacrată de Baudelaire în toate scrierile sale şi întrupată în scandalul provocat de *Dejunul pe iarbă* al lui Édouard Manet la Salonul refuzaţilor din 1863) am intrat într-o perioadă vulgară din care nu vom ieşi prea curând, oricât de multe încercări am face. La vechile valori, la fostele ierarhii nu vom mai reveni. „Faptele sunt încăpăţânate" (Lenin) şi dacă afară tună, atunci tună! Iar astăzi tună chiar sub ochii noştri adevărul că arta şi comerţul s-au logodit cu mare pompă. De fapt arta şi banii au fost mereu legate, numai că în secolul XX această unire s-a dezbărat de complexe. Fenomenul Pop Art şi-a fluturat stindardul victoriei. Sacralitatea şi frumuseţea operei au fost măturate la o parte. Cea mai mică producţie, fie şi artistică, e acum sortită să devină deşeu, aşa cum orice corp omenesc devine cadavru într-o bună zi. Freud încă mai locuia într-o lume în care opera de artă era sanctificată, într-o tranziţie de la epoca simbolistă la curentele de avangardă revoluţionare, mai precis. Frumuseţea ideală a artei mai slujea evadării din vulgaritate sau coborârii către real. Răsplata pentru juisarea sacrificată se găsea şi încă se mai găseşte în muzeele noastre. E legea consolării şi forţa patrimoniului.

Dar pentru unii astăzi totul s-a sfârşit. Frumuseţea nu mai e de găsit în artă. Dacă e în altă parte poate că e peste tot. Am vizitat cu Alain Finkielkraut palatul new-look de la Tokyo refăcut de către arhitecţii Lacaton-Vassal. Palatul a fost conservat în sucul său propriu şi arată ca un pliant neterminat. Finkielkraut a rămas stupefiat. „Altă dată, zicea el, în muzee se găsea mai multă frumuseţe decât în exterior. Azi lumea s-a umplut de pubele şi ce mai putem găsi în palatul Tokyo? Şi mai multe pubele!” Judecata e furioasă. Descărcare la nervi. Dar chiar acesta e cazul multor opere luxoase care circulă de la târg la târg, de la Basel la Miami, de la Londra la Paris, la Köln sau Seul. Ne dă pe spate frumuseţea din designul maşinilor, computerelor, obiectelor nomade, al lenjeriei sau al reclamei, dar în tot acest timp artiştii joacă doar un rol de gunoieri. Energia devastatoare a mişcării Dada din anii 1920 ne-a părăsit şi revine acum numai ca produs de marketing. Arhitectura se vrea efemeră, blugii rupţi la genunchi şi pe fese, coafura de pocnitoare. Stăm suspendaţi între adorarea patrimoniului şi fascinaţia pentru exploziv şi ne clătinăm în beţia agresivităţii. Pugilăm cu simulacre pestilenţiale.

Odată cu apariţia cărţii *Trash* (la MEP[67] şi la Regard éditions 2007), fotografii Bruno Mouton şi Pascal Rostain, mari paparazzi tricolori, au dobândit notorietate de artişti. Iată-i expuşi la Casa europeană a fotografiei de la Paris, la Moscova şi pe oriunde. De ani de zile răscolesc în pubelele starurilor pentru a-şi extrage materia operei, mari tablouri care pun pe tapet deşeuri recuperate de la Bruce Willis, Elizabeth Taylor, Madonna, Marlon Brando… În versiune intelectualizată, această muncă de recuperare se umflă-n pene cu o justificare sociologică şi rebelă destul de infatuată. Prefaţatorul lor, Loďc Malle, îşi intitulează scurtul text introductiv: „Actul paparazzi considerat ca una

67 *Maison Européenne de la Photographie (n. red.).*

dintre artele frumoase”. Găseşti totul aici, vulgata *comme il faut*: obscenitatea sărăciei favelelor, umorul lui Marcel Duchamp, denunţarea corectitudinii politice, revendicarea rolului de metec al artei, referinţa la rudologie – ştiinţa deşeurilor, mizeria ca „etic inacceptabilă”, actul paparazzi ca un ultim tabu, figură ascunsă, parte blestemată a fotografiei. Vulgaritatea îşi atinge climaxul autosatisfacţiei. Carburantul acestor discursuri la fel de sforăitoare ca o sobă Godin e oferit, fără-ndoială, de pălăvrăgeala dezvoltării durabile şi pisălogeala despre reciclare. Dar cu toate astea efortul lui Bruno Mouron şi al lui Pascal Rostain aduce urâţenia în inima problemei artistice. Scandalurile provocate de Courbet, Manet, impresionişti, suprarealişti, Picasso, Duchamp, Fluxus, noii realişti etc. au făcut din arta secolului XX un imens atentat la pudoare.

„Când abordez o situaţie, mă dezgustă dinainte prin vulgaritatea ei; eu nu fac altceva decât să dozez rahat” (Gustave Flaubert, Corespondenţă[68]).

De la aşa-numita „orgă cu băşini” a lui Gilles Bărbier, creată în 1996 pentru festivalul de la Basel, la *Cloaca*, maşina de fabricat excremente a lui Wim Delvoye, trecând prin porcii tatuaţi ai aceluiaşi artist, expuşi la galeria lui Emmanuel Perrotin, şi pubelele garnisite cu cornişe, scotocim prin acelaşi teritoriu, prin acelaşi îngrăşământ din care arta îşi extrage sucul şi veniturile. Există ceva de porc în noi. Să ne amintim printre altele de filmul lui Pasolini, *Porcile* (1969), şi de cartea lui Gilles Châtelet *Vivre et penser comme de pores* (Gallimard, 1998) … Sau în versiune ceva mai prozaică, „maţele sunt şic”[69].

PE VREMEA LUI UBU, RAHATUL ADUCEA MAI PUŢIN VENIT. VORBIND DESPRE WIM DELVOYE,

---

68 *Flaubert, Opere, vol. IV, Ed. Univers, Bucureşti, 1985, p. 200 (n. tr.).*

69 *Renée Elkaïm-Bollinger, „De bouche à oreille”, emisiunea de pe France Culture din 8 aprilie 2007, „Al cincilea cartier sau maţele de sus în jos”.*

NICOLAS BOURRIAUD REMARCĂ FAPTUL CĂ ARTISTUL ÎŞI ÎNSCRIE EFORTUL „ÎNTRE ELEGANŢA FRIZEI DECORATIVE, ARABESC (PORCUL TATUAT) ŞI EXCREMENT… ÎNTRE ORGANIC ŞI DECORATIV”[70].

Excrementul artistic (Manzoni), ludic, ironic, detronează vulgaritatea ordinară pentru a o sanctifica. Harababura creată e benefică.

Pe lângă descărcarea artistică, polisemia cuvântului „descărcare” ne invită la un adevărat regal: descărcarea la groapa de gunoi, descărcarea-n pantaloni, descărcarea de obligaţii, a alicelor în plină figură. Şi să mai amintim şi că pentru a descărca un camion trebuie să-l parchezi cu dosul.

În apărarea sa, Loďc Malle e de părere că „exista o sfânta alianţă între sponsori, conservator, artist, colecţionar şi negustori care influenţează azi instituţiile. Numai ca sponsorii sunt totodată şi colecţionarii. Prin urmare instituţiile s-au lăsat înfeudate. Mecanismul acesta e mult mai vulgar decât operele artiştilor promovaţi de el”.

În 2006 o expoziţie de portrete a lui Andy Warhol la National Portrait Gallery din New York a provocat un adevărat scandal. Ea regrupa zece portrete ale unor evrei celebri din secolul XX, pictaţi toţi de către Warhol: Sarah Bernhardt, fraţii Marx, Golda Meir, George Gershwin, Franz Kafka, Albert Einstein, Getrurde Stein, Louis Brandeis, Sigmund Freud, Martin Buber. „Abordarea e vulgară… miroase a bani…” aprecia *New York Times*, în vreme ce *Ars Forum* era entuziasmată de acest amestec de cultură şi antropologie… „această plonjare în inteligheńţia”.

„E vulgar pentru că transgresează limitele sacre dintre artă, cultură şi nivelul inferior al socialului şi politicii”[71], scrie Pierre Bourdieu. La fel ca arta brută,

70 *Bing, nr. 5, p. 6.*

71 *Pierre Bourdieu, La Distinction, critique sociale du jugement, op. cit.,*

vulgaritatea exprimă violenţa constitutivă a fiinţelor şi a societăţii. Ea fracturează ordinea civilizată, la fel ca pictura corporală. MQB, muzeul Quai-Branly, care încă dezbate despre sălbatic şi civilizat, ne oferă destule în această privinţă. În acest sens vulgaritatea produce jenă dezbrăcând totul de haine şi spunând ceea ce ar trebui să rămână tăcut, anume că sub pielea întinsă curge sânge şi că e de ajuns să o înţepi ca să îl faci să curgă.

Pentru unii colecţionari, obiectul nu are nicio importanţă. Contează numai posesia. Şi ce dacă? În fond, nu există obiect vulgar pentru colecţionar. Unii colecţionează porţelanuri, alţii Ferrari, alţii pur şi simplu deşeuri. Totul e bun. La fel ca la porc: nu se aruncă nimic la gunoi. Acum nici acumularea nu mai e socotită vulgară. De fapt la obsedaţii căutării te frapează nebunia mai mult decât vulgaritatea. Colecţionarii sunt în căutarea obiectului *adevărat*, a obiectului care i-ar satisface în sine. Iar cum nu există nicăieri obiect ideal, ei trebuie să le acumuleze fără încetare. Recunoaştem că ar putea exista pretenţia de a considera o colecţie drept completă. Acel „Gata, am tot!”, formulă rezervată biletelor de loto şi care nu se poate ivi fără să amintească o altă formulă, acel: „Ce să-i mai iau cadou? Că are deja tot!” a cărei vulgaritate nu ştim dacă provine din izul avariţiei ori din inepta concepţie a unei fiinţe omnidotate.

Warhol şi-a demultiplicat până la nesăbuire propriile creaţii. Asigurând trecerea de la opera de artă la marfa-obiect, minându-i statutul prin recurgerea la serie, el a operat o prelungire la scară largă a acţiunii lui Duchamp. Afară cu *ready-made*-ul care făcea din marfa-obiect o operă şi faceţi loc reproducerii, confuziei semnăturii, entropiei! Invers faţă de Cocteau, care semnala regulat că el nu e pluralul de la cocktail, Warhol şi-a înmulţit petrecerile deocheate de tip Factory şi a valorizat cariera

p. 597.

fulgurantă ca bulele de şampanie. Invitat odată să ţină un ciclu de conferinţe universitare, a expediat în locul lui o sosie care i-a jucat rolul până când într-un târziu lumea s-a prins. După demascarea escrocheriei, universităţile i-au cerut lui Warhol să ramburseze tot ce primise pentru intervenţiile „lui”. Să menţionăm că de altminteri falsul Andy adoptase printr-un procedeu vulgar o atitudine de nonşalanţă obtuză: refuza să răspundă la întrebări. Aşa părea mai artist, mai autentic. Dandismul se confunda cu snobismul.

WARHOL A AVUT O VOINŢĂ MANIFESTĂ DE A DUCE ÎN DERUTĂ, CHIAR SITUAŢIONISTĂ ÎN OARECARE MĂSURĂ, ŞI A FOST UN ADEPT RADICAL AL DETURNĂRII AUTOAPLICATE, NARCISICE. A MERS PÂNĂ LA A RECUNOAŞTE CA PICTATE AUTENTIC DE MÂNA SA SAU TRASE LA SERIGRAFIE DIN PROPRIA LUI GRIjă NIŞTE FALSURI EVIDENTE. PRIN CULTURA POP SUPERDANDY-UL WARHOL A REUŞIT SĂ VULGARIZEZE ÎNTREAGA SOCIETATE. SĂ FIE VULGARIZAREA TOTUNA CU WARHOLIZAREA?

O asemenea trăsătură de spirit ar putea fi şi ea asimilată unui proces vulgar prin aceea că face apel la lovituri ca să-şi transmită mesajul. Ea vine să perturbe discursul, îl mânjeşte cu un derapaj chiar şi atunci când îl înnobilează. Peste tot se operează o delapidare. Vorbirea e şlefuită şi deodată se insinuează un „banc bun” şi… bang! rămâi împuşcat. O pată stacojie. De când cu Freud, scoaterea petei e treabă uşoară. Acesta îşi asumase deja rolul de provocator. În vreme ce normalitatea cerea să-ţi sacrifici plăcerile, Freud îndrăznea să apere masturbarea infantilă. Daţi drumul juisărilor! Fără oprelişti, vă rugăm! Numai că, iată, un secol mai târziu trăim într-o lume în care Freud e superstar. Toată lumea vrea să juiseze la maximum sau cel puţin să revendice asta. „Începând de atunci, zice Gérard Waciman, psihanaliştii au mereu grijă

să şi-o tragă. Iar un fotograf ca Nan Goldin a ajuns să-şi atârne prin muzee chiar autobiografia înfierbântată. Şi pentru asta mai e şi plătită – şi chiar foarte bine! mai mult, în vreme ce psiho ăştia stau şi aşteaptă clienţi, spectatorii ei se bulucesc să vadă ce-a mai agăţat". Sigur că munca lor are mai multă valoare decât un program de telerealitate, numai că cei doi participă la o mişcare generală în care oamenii se povestesc indefinit (emblematic e succesul blogurilor) aşa cum pentru paranoic totul trebuie să fie notat pentru a ajunge la statut de real. Când Freud câştigă, toată lumea vorbeşte, când Freud pierde, nimeni nu ascultă. Mişcarea aceasta e continuă, neîncetată. E vană, dar totuşi e mişcare.

„Psihanaliza, mai spune Gérard Waciman, a devenit la rândul ei o marfă. Li se cere domnilor psiho să devină rentabili. Eşti impotent? Te evaluăm. Eşti performant? Cum aflăm? Dacă ar fi să invoc o expresie care să rezume cel mai bine acest proces şi vulgaritatea care-l acompaniază ar fi: *trebuie să funcţioneze*. Asta-i vorba maestrului modern". Lacan l-a intuit când a spus: „O chestie fundamentală cu care avem de-a face e rateul". Soluţia lui faimoasă: „Nu există un raport între sexe" avea sensul că în ciuda eşecului programat al oricărui act erotic, el trebuie mereu şi mereu reîncercat. S-ar putea susţine că singura contracultură care ne mai rămâne e aceea a eşecului susţinut de dorinţă. *Nec spe nec metu* („Nu spera şi nu ai teamă!") se citeşte pe zidurile palatului Ceaiului, deviza Isabellei d'Este Gonzague (1474 – 1539), marchiză de Mantua. Însă azi dacă admiţi eşecul eşti socotit vulgar. Faceţi loc performanţei! Trebuie să funcţioneze!

Aşa se face că în Anglia o nepoată de-a lui Freud a ajuns să animeze un talk-show televizat în cursul căruia primea artişti şi oameni politici. Ca dispozitiv scenic: un pat. Reflectase atât de bine la tehnica divanului inventată

de bunicul ei, încât îl mărise. Dar pentru Freud divanul era mai degrabă un catafalc decât un pat în care să ţi-o tragi, era un pat al solitudinii. De data asta însă, invitatul şi animatoarea stau în faţa camerelor alunecând împreună printre cearşafuri şi-şi oferă un coit verbal în public. Cu un „nu în seara asta, dragule" agăţat ca o ameninţare, aceea a eşecului, invitaţii erau somaţi să facă în aşa fel încât „să funcţioneze". Trebuia să li se scoale.

De altminteri ar trebui să ne interogăm şi asupra impactului la public al decorării sitcomurilor şi platourilor de televiziune. Culorile ţipătoare, bucătăriile, divanurile, uşile, lustrele, toate acestea sunt adesea de cel mai prost-gust fiindcă trebuie să „facă valuri" sub *sunlights*.

Pat, masă, mobile, design, decoraţiuni, „deco", picturi, postere, mochetă, bibelouri… iată tot atâtea domenii propice exprimării vulgarităţii. Cine a frecventat hotelurile din Las Vegas ştie ce înseamnă mochetă. Kilometri de gazon sintetic supraîncărcat cu motive florale, rozete, toată heraldica de operetă. Nu e nimic angoasant în faptul că Nicolas Sarkozy şi-a petrecut prima sa noapte de preşedinte al Republicii cu gaşca la Fouguet's. Atâta doar că a trebuit să se afunde în decoraţiunile García: hamuri groase de piele, ecrane plate, stilul fals de cabină de pachebot cu ţinte de aramă bătute în uşă – poate o presimţire a iahtului pe care avea să plece. Când un Philippe Starck îşi desenează colecţia de fotolii din plastic intitulată Louis XX el îşi asumă lipsa de gust şi o derută spirituală care explică în întregime reverenţa şi dispreţul lui simultane pentru capetele încoronate. Iar când desenează buturugile, pătrunde în mijlocul kitschului. În fine, când expune în galeriile proprii lampadarele cu picioare-kalaşnikov devine cu bună ştiinţă vulgar. Comercializând la preţ de mai multe mii de dolari o veioză cocoţată pe o armă placată cu aur masiv ştie că va şoca. Sigur că îşi ambalează opera într-un discurs primitiv: armă

= bani = dolari = luptă pentru supravieţuire = moarte… dar e o filosofie de doi bani care nu ţine mai mult de cincisprezece secunde. Desigur, numeroşi artişti au reuşit să deturneze semnificaţia armelor de foc: Warhol, cu pistolul 45 Magnum şi scaunul electric, dar şi Yvonne Lee Schultz care, în seria sa *PP/Blue Onion*, creează pistolete din porţelan aşezate delicat lângă o ceaşcă de ceai cu aceleaşi motive de inspiraţie Delft.

Expoziţia din 1991 *High and Low* de la MOM a, muzeul de Artă Modernă din New York, a fost una a conjugării artistice a modernităţii şi a avatarurilor ei. O alta la fel de revelatoare a urmat: cea intitulată *Dincolo de spectacol* din 2000, la Paris în Centrul Pompidou, o clădire atât de des calificată drept o oroare arhitecturală şi cu toate astea în graţiile publicului de treizeci de ani. S-a putut constata acolo cât de mult s-au accelerat schimburile dintre sus şi jos, rafinat şi vulgar. Artiştii făcuseră din vulgaritate o materie hiperactivă. Realitatea e că epoca noastră entropică şi antropică nu mai ştie ce să facă cu tonele reale de deşeuri, iar materia pare a-şi lua revanşa faţă de înălţimile ieşite din spiritul Luminilor. Totuşi iubirea pentru frumos n-a dispărut, mărturie stă arta totală a lui Matthew Barney. Trupul său atletic se pretează la toate protezele şi extensiile de un baroc pe cât de preţios şi monumental, pe atât de ambiguu. Frumuseţea locuieşte şi în formatul sex mare al obiectelor kitsch ale lui Jeff Koons, în nobilele lui ejaculări pe fesele binecuvântate de măritiş ale Cicciolinei, de care astăzi s-a despărţit. Acele fotografii mari intitulate Made in *Heaven* nu au suferit decât cenzura ediţiilor Taschen. Prin urmare arta rămâne un mare bordel filosofic la fel ca pe vremurile *Domnişoarelor din Avignon* (1907) ale lui Picasso, considerate în epocă urâte, vulgare, scandaloase. Vulgaritatea artistică asumată şi ironică permite evacuarea apăsătoarei morale, numai că riscul e să se ajungă la

afirmarea unei morale noi, *people*, unde se utilizează toate resorturile vulgarului: brutalitate, provocări, deturnări, promovarea personajelor virtuale (Mickey, Michael Jackson…), autopromovarea şi mai ales banii, banii şi iar banii.

Televiziunea şi-a dat seama că poate utiliza vulgaritatea ca armă de război. În felul acesta umilirea a devenit o a doua natură televizuală (întreruperea cuvântului, vorbe provocatoare, insulte, apariţia martorilor cărora tocmai li s-a făcut un portret caustic…), iar vulgaritatea şi-a găsit aici un tărâm privilegiat de expansiune. Laurence Boccolini a devenit muza ei malefică. Îmbrăcată în negru ca o preoteasă a unui cult suspect, obeză şi prin urmare impasibilă de şarm discret, animându-şi emisiunea cu biciul, şi ce mai emisiune! Aşa a ajuns „Veriga slabă" să promoveze piedica şi răzbunarea josnică la rangul de strategie. Şi selecţia prin trădare. Excluderea din competiţie a celui mai slab însemna adesea eliminarea celui mai puternic fiindcă era cel mai temut. Promovarea mediocrilor era astfel asigurată.

Aici vulgaritatea ţine de procedee, de tonul sado-masochist general, de complicitatea tuturor cu această metodă tupeistă. Telespectatorul e invitat să-i împroaşte pe concurenţi, să ia locul poliţiei. Fraierii sunt candidaţi, călăii îi execută, poporul aplaudă. „Bine le-a mai făcut! Aşa le trebuie!" Fireşte, emisiunea se vindea chipurile ca emisiune de „cultură generală", dar nimeni nu era idiot. Generală era numai josnicia. Prin urmare avem o emisiune vulgară sau e doar reflectarea sociologică a unei mari fineţi? Ambele. Vulgaritatea îşi câştigă titlul de nobleţe prin aceea că proclamă înalt tot ceea ce vremurile au declasat. Walter Benjamin îşi dădea seama de acest fapt atunci când condamna plăcerea perversă pe care a căpătat-o lumea noastră de a-şi contempla propria dispariţie.

TOATĂ LUMEA PRICEPE CE E UMILIREA. O SURSĂ A EI O CONSTITUIE NENUMĂRATELE FORMULARE ŞI RECOMANDĂRI DE CARE SUNT PLINE CUTIILE POŞTALE. MAI CONCRET, SĂ PRIMEŞTI UN DOCUMENT OFICIAL AŞA CUM PRIMEŞTI O UŞĂ-N NAS. SUNTEM TOŢI PUŞI LA ZID DE UN JARGON ADMINISTRATIV, DE FORMULĂRI INEPTE ŞI INCOMPREHENSIBILE. ELE PRODUC MOMENTE DE URIAŞĂ SOLITUDINE, DE MICŞORARE ÎN FAŢA PUTERII PUBLICE, CÂND AFLI CĂ O UŞĂ TRÂNTITĂ O DATĂ PENTRU TOTDEAUNA NU VA MAI FI DESCHISĂ DIN NOU, CĂ NU SE VA DA NIMENI LA O PARTE CA SĂ POŢI TRECE DINCOLO DE EA. DAR NICI DOMENIUL PRIVAT NU ESTE SCUTIT DE ACEASTĂ VIOLENŢĂ CARE ÎMPARTE POPULAŢIA ÎN DOUĂ: ÎN VERSAŢI ŞI NOVICI, ÎN CEI CU LOC ŞI CEI FĂRĂ. REŢETA ILIZIBILĂ A MEDICULUI, DEVIZUL ESOTERIC AL MECANICULUI AUTO, SCHEMA HIEROGLIFICĂ A UNEI MAŞINI DE SPĂLAT, EXPLICAŢIA MITRALIATĂ ŞI DISPREŢUITOARE A RESPONSABILULUI INFORMATIC: „AŢI ÎNCERCAT SĂ INSTALAŢI MAI ÎNTÂI BIROUL VIRTUAL?”, TOATE ASTEA FAC PARTE DIN UMILIRILE PE CARE FIECARE TREBUIE SĂ LE ÎNFRUNTE ÎNGHIŢIND ÎN SEC ŞI CONSUMÂNDU-ŞI INCOMPETENŢA. DAR FOLOSIREA INCOMPREHENSIBILULUI PE POST DE MITRALIERĂ NU E TOCMAI UNUL DINTRE MODURILE ÎN CARE OPEREAZĂ VULGARITATEA? NU E UN ATU AL CELUI PUTERNIC ÎMPOTRIVA CELUI SLAB ŞI DE CARE APOI CEL SLAB VA UZA ÎMPOTRIVA SEMENULUI SĂU? FUNCŢIONARUL SOVIETIC, FUNCŢIONARUL MĂRUNT DIN LUMEA A TREIA, CONŢOPISTUL EGIPTEAN, BIROCRATUL DE WYOMING INVESTIT CU O PUTERE ANEMICĂ, DAR CARE VREA SĂ-I SIMŢIM GREUTATEA – IATĂ TOT ATÂŢIA ISTERICI DEBORDÂND DE VULGARITATE PERVERSĂ. „NU-L LUAŢI ÎN SEAMĂ, E UN

TIP SLAB!” SPUNEA BERNANOS DESPRE HITLER ÎN 1933.

„S-ar părea că regresăm către o epocă de pahiderme şi ar fi lipsit de onestitate să le cerem să ştie cum să se poarte în muzeul de sticlă”, spunea în anii ’40 Cristina Campo. Vulgaritatea e un atac frontal. Ilustrarea ei sunt spamurile care năvălesc pe monitoarele calculatoarelor, perturbându-ne lectura şi pulverizându-ne concentrarea. Vulgaritatea e o sfidare. Individul plin de siguranţă, mulţumit de sine, tipul plin de figuri sunt tot atâtea ipostaze la limita vulgarităţii. Vulgaritatea îţi sare în ochi când un autor de reclame exclamă satisfăcut: „Bun aşa, acum eşti real!” sau când un şef de serviciu se laudă că şi-a „anulat toate întâlnirile”, când un client aruncă meniul restaurantului şi cere să fie servit azi „cu ce-ai mai scump”, când un armăsar în călduri întreabă cu falsă modestie: „Acum eşti fericită?”, când un 4 x 4 îţi ia faţa, iar la volan se afişează un *hummersexual*, după expresia lui Mark Simpson, inventatorul *supersexualului* (heterosexualul sentimental şi la modă). Vulgare sunt şi scrieri de genul *Je suis de droite et je vous emmerde* de Antoine Bueno[72] sau *Baise-moi* de Virginie Despentes.[73] Eficacitatea e aceeaşi: afirmativ şi imperativ. Adică nu te mai încurci în convenienţe, ci spui direct ce gândeşti. De altminteri insulta şi ameninţarea sunt adesea urlate: „Valea!”, „Întinde-o!” „În mă-ta!”, „Vrei să-ţi trag una?”, „Marş, boule!” Imperativul e în general semnul vulgarităţii: „Sunaţi imediat la 3615 Lula!”[74], „Sonerii de mobil pentru 1, 32 euro şi chiar şi melodia dumneavoastră preferată! Nu mai aşteptaţi! Veniţi acum!” Totul pentru a

72 *Antoine Bueno, Je suis de droite et je vous emmerde, Hébien, Paris, 2007.*

73 *Virginie Despentes, Baise-moi, Grasset, Paris, 1993.*

74 *3615 ULLA – adresa unui site în reţeaua Minitel, loc de întâlnire a fanteziilor erotice (n. red.).*

produce presiune, presiune şi iar presiune, pulsiunea, impulsul, în fond o viaţă redusă la câteva butoane de control.

VULGARITĂŢII NU-I PLACE SĂ FIE CONTRAZISĂ. CA SĂ AJUNGI LA EXTREM, SĂ CLAMEZI SLOGANUL: „SUNT VULGAR ŞI MĂ LAUD!” ŞI SĂ ARUNCI PRIVIRI SCURTE – „CE AI, BĂ, TE DERANJEAZĂ CUMVA? „– E NEVOIE DE UN PIC DE DANDISM, DAR MAI ALES DE IMPERTINENŢĂ ŞI AGRESIVITATE. TOATE VORBELE DE GENUL „UITE CUM STĂ TREABA”, „AM ZIS! PUNCT” CARE VOR SĂ PUNĂ PUMNUL ÎN GURĂ ŞI SĂ-I REDUCĂ PE OPOZANŢI LA TĂCERE NU INTENŢIONEAZĂ SĂ DISIMULEZE VIOLENŢA, CI SĂ O EXHIBE CÂT MAI LEJER, ÎN SEMN DE AVERTISMENT: „COMENTEZI?”, „ŞTERGE-O DE AICI!”, „BA-I CUM ZIC EU ŞI GURA!” FĂRĂ DISCUŢII! ÎN VULGARIA NU SE COMENTEAZĂ.

Un martor al unui eveniment monden: „Când veneai de la Barcelona, erai încărcat de vulgaritate. Într-o zi, la o întâlnire a realizatorilor de publicitate, revenise fără încetare numele Mercedes Erra: *Mercedes a zis că*, *Mercedes e de părere că*… La un moment dat începe să ridice glasul patronul unei mari companii internaţionale: «Dar cine-i, dom’le, Mercedes asta, e curva aia spaniolă?» Mercedes asista şi ea la întâlnire. După aceea a devenit preşedinte şi director general al agenţiei publicitare Euro – RSCG-Havas”. Un patron către angajatul său: „Aici n-ai venit ca să gândeşti; ai venit ca să dai telefoane”.

Sau încă o imagine grăitoare: un patron care-şi concediază colaboratorul cât ai zice peşte, fără să se oprească nicio clipă din semnat cecuri în faţa lui.

Violenţa şi vulgaritatea merg mână-n mână; interfaţa dintre ele e minusculă. Vezi vulgaritatea mafiotului în dungi şi ochelari negri, şosete în două culori, vezi ţinuta rapperului ori a dealerului de droguri instalaţi în BMW-uri rebranduite. Un proverb sicilian zice: „E mai bine să ai

parte de putere decât de sex”. Vulgaritatea violenţei ţine de sexualitatea sa. Asta se vede în bancurile rasiste. Bunăoară în cele cu negri care mereu sunt un pericol pentru fete, fiindcă-s bine dotaţi – un motiv în plus de a fi urâţi de către nostalgicii dominaţiei albe. Aici se instaurează limbajul care linşează, derapajul care umileşte şi face de ruşine, vulgaritatea umilitoare şi batjocoritoare. Aici e latura sado-maso a vulgarităţii, puterea ei animalică, a lui „te sparg, bă!” Vulgaritatea brută dezvăluie cel mai adesea lipsa educaţiei, în timp ce vulgaritatea instrumentalizată e rodul educaţiei pervertite care îşi găseşte plăcerea într-o putere intelectuală.

Dar să nu uităm banii folosiţi ca maşină de război, aruncaţi în faţă, afişaţi în toate formele: bijuterii, maşini, blănuri, femei, costume, ţesături şi chiar dinţi din aur şi scarificări. Aici Vuitton are o reputaţie de neşters. Clientela sa e socotită vulgară fiindcă îşi expune produsul aşa cum expui tatuajele războinice. Şi fiindcă e de extracţie dubioasă.

Apoi rasismul, xenofobia şi homofobia cu darea în vileag a orientării sexuale, toate aceste bizarerii care îşi găsesc un teren de joc în denunţarea „străinilor care vor să ne cumpere”, cu atât mai mult cu cât puterea înspăimântă: chinezi, ruşi, saudiţi, indonezieni, dubaiţi… invadând deodată dincolo de aria rezervată lor, umplând terasele, ocupând cele mai bune mese. Sunt ei vulgari? Vulgari, fără-ndoială, în comparaţie cu decenţa burgheză, vulgari ca păpuşile lipite de parbrizul unor Range Rover ce gonesc prin Place de la Concorde, ca grilajul montat pe bara de protecţie a bolizilor (doar trebuie să fii cât mai prudent!), vulgari ca un Ferrari roşu, un Lamborghini cu zumzăit superascuţit ce trezeşte pe cei două sute de pacienţi ai spitalului din colţ, vulgar ca un membru al clubului Hell’s Angel care grohăie din motorul lui uriaş închipuindu-şi că rabla lui zgomotoasă are înălţimea de stil

a unui cvintet de Schubert. Spre deosebire de caracterul *show-off* al firmei Vuitton, Hermès pozează în respectabilitatea fără fisură. Comparând inaugurarea a doua *flagships*, a „navelor-amiral”, adică a buticurilor *oversized* din Tokyo, Seul, New York, poţi să pricepi ce diferenţă e între standardele celor două firme. În seara marelui *opening* Vuitton livra cifra de afaceri a zilei în vreme ce la Hermès vorbea despre pictură şi poezie. Într-un fel Vuitton şi Hermès reprezintă două modele ale condescendenţei. Unul fără ipocrizie, celălalt fără mişcări greşite. Unul demoniac prin pretenţii, celălalt insuportabil prin nonşalanţa factice. Iată de fapt cele două forme ale vulgarităţii franceze. Ele creează atât de multe locuri de muncă, ele susţin atât de mult renumele Franţei şi al industriei sale de lux, încât demonstrează cu succes că şi vulgaritatea sub formele ei diverse e un compresor, un tăvălug, genialitate în stare brută.

În capitolul *Golf* din opera sa compozită intitulată *Bardadrac*, Gérard Genette evocă un articol apărut în *New Yorker* în care se aducea la cunoştinţă revolta unei comunităţi de la ţară. Locuitorii oraşului Norfolk, un fief al albilor anglo-saxoni protestanţi, s-au opus proiectului prin care se dorea amenajarea pe teritoriul lor a unui… teren de golf ultimul răcnet. Adepţii Nimby (*Not în my backyard*) au fost de părere că un teren de golf va atrage o clientelă pe de-a-ntregul vulgară, alcătuită din nou-îmbogăţiţi şi poate, „date fiind legăturile promoterului, vreo câţiva şmecheraşi de la Casa Albă”. „La Guermantes, mai scrie Gerard Genette, nu s-ar fi acceptat niciodată primirea unui personaj atât de ordinar ca un preşedinte al Republicii…” Ar merita să ne oprim o clipă asupra afacerii. O prietenă sus-pusă dintr-o agenţie publicitară ne-a semnalat că însuşi Jacques Séguéla, ca să indice locul vilegiaturii lui din Corsica, şi-a rezumat poziţionarea prin GPS prin formula „priveşte deasupra găurii cu nr. 13”. E aşadar

aproape sigur că se găsea undeva pe traseul unui teren de golf cu optsprezece găuri. Adăugând că nu poate fi departe de Michel Sardou, a continuat: „Întreabă-l la ce gaură stă”. Şic, nimic de zis!

Un preşedinte al Republicii care decide să se tutuiască cu toţi miniştrii – iată ceva ce îţi dă de gândit. Fiindcă dincolo de aspectul bonom şi amical al vorbirii pe şleau ghicim violenţa stilului direct ca un pumn în burtă ori o palmă peste ceafă. Nu te mai sinchiseşti de întorsăturile şi piruetele vorbelor sau de ghilimele. Pui totul în aceeaşi oală.

Un funcţionar ministerial însărcinat cu licitaţii şi-a instalat surprinzător birourile în imobilul Time Warner pe Columbus Circle din New York. Această clădire poreclită „lamele de ras” din cauza agresivităţii sale de oţel gri e considerată o culme a vulgarităţii. E adevărat că fiind situată la subsolul *food* suprafaţa uriaşă împrumută atribute ale consumului şic: produse de calitate, dar la preţ usturător. Oricum, a te instala acolo unde nu se cade e încă o manieră de a uza de vulgaritate pentru a vorbi despre tine. O manieră de a surprinde, de a nu fi la locul cuvenit, de a nu sta acolo unde ţi-e locul. De altminteri, când afli că acest ansamblu urban a luat naştere pe ceea ce odinioară era un cartier în care se luptau evreii cu italienii, apoi negrii cu portoricanii, comunităţi pe care le regăseşti în *West Side Story* (adaptare a unui roman a cărui acţiune se petrece la Columbus Circle), îţi dai seama că opţiunea adjudecătorului nu e lipsită de sare şi piper. Locurile au viaţa lor şi îşi schimbă statutul. În anii ’70 s-a decis raderea cartierului Marais, un loc sordid, o mahala în plin Paris, înainte de a face din el fieful înstăriţilor *cool*.

Arhitectură / putere

Într-un singur mandat, primarul Parisului, Jean

Tiberi, a transformat al 5-lea arondisment al capitalei într-un oraş al apelor. Într-un spirit probabil Vichy, el a edificat un număr impresionant de fântâni, una mai urâtă decât cealaltă. Cea din piaţa Contrescarpe e un model al genului, după chipul perechii sale de la capătul străzii Mouffetard. Soclurile, gratiile, jeturile contribuie la ansamblul acestui naufragiu. Totul e sărăcăcios, pus de-a-ndoaselea, fără scară, fără talent. Această vulgaritate expusă cu pretenţii, „oferită parizienilor”, e menită să acopere, vai! întregul spaţiu public, care face obiectul unei agresiuni deliberate din partea edililor noştri. Bertrand Delanoë, succesorul său la Hôtel de Ville[75], doar a mai cârpăcit străzile şi bulevardele cu un sistematism militant, ca să-şi arate supunerea faţă de aliaţii săi ecologişti. Treizeci de mii de stâlpi de fontă au fost înfipţi în trotuare pentru a împiedica maşinile să facă escală, atât de bine încât pe unele străduţe două maşini venind din sensuri opuse nu pot trece una pe lângă cealaltă. Când ajungi pe una din ele nu-ţi mai rămâne decât să exclami vechiul refren: „La spânzurătoare cu tine!” Au înflorit „sectoarele 30”, chipurile nişte „locuri civilizate” cu praguri de reducere a vitezei şi pavaje ca pe vremuri. Ne-am pierde vremea să mai descriem încă o dată absurditatea bulevardelor unde culoarele de autobuz au devenit capcane cu pietoni. Arhitectura şi designul sunt domenii unde vulgaritatea e la ea acasă. Poate ne mai amintim de anii ’80 când puteai face escală la Nova Park, în triunghiul de aur, marea aglomeraţie de case cuprinsă între bulevardul Montaigne, strada François I şi bulevardul George al V-lea. În acest hotel de lux un apartament cu piscină la 4.500 de euro pe noapte (30.000 de franci pe atunci) făcea deliciile presei *people*. Naţiunile petrolifere ale lumii arabe furnizau cea mai mare proporţie din clientela palatului şi în fiecare seară se organiza pentru ea un mic spectacol. La cină o orchestră gen *rondo veneziano*

75 *Sediul primăriei Parisului (n. red.).*

cu peruci pudrate şi ţinută Versailles cânta în surdină în timp ce videaştii îi imortalizau pe meseni în timp ce-şi înfulecau racii. Graţie unui montaj special, filmul era apoi difuzat pe marele ecran aflat chiar în sala restaurantului. Fiecare putea aşadar să se vadă în mărime XXL. Momentul *nec plus ultra* era atins când o formulă brăzda unul sau două cadre: „În seara asta dumneavoastră sunteţi starul”. Proprietarul instituţiei ţinuse morţiş ca mochetele, tapetele, feţele de masă şi prosoapelor de baie să se înscrie toate într-o nuanţă purpurie, „o culoare psihologic vorbind sexuală”.

La doi paşi de locul acela iată ridicate acum noile faţade ale hotelului restaurant Fouguet’s. Nicolas Sarkozy l-a făcut să devină cum nu se poate mai *trendy* sărbătorindu-şi aici alegerea supremă la data de 6 mai 2006. Arhitectul édouard François, cel care a condus până la capăt lucrările de transformare a diferitelor imobile, reunindu-le într-o singură entitate, a venit cu ideea de a ridica două turnuri de legătură cenuşii ca donjoanele cetăţilor de jucărie, ca şi cum ar alcătui o singură entitate. Vulgaritatea asumată a procedeului constă în aceea că a fotocopiat faţada Champs-élysées-ului pentru a o reproduce la o scară mărită cu o treime. A rezultat o arhitectură umflată, obeză, aproximativă afişată ca o parodie a patrimoniului, o copie vulgară[76]. Şi cum pe unii îi pune pe fugă, se poate spune după expresia unui alt arhitect, Rudy Ricciotti, că „arhitectura vulgară e chiar o extindere a generozităţii”. Dar nici acesta nu ezită niciodată să mai adauge ceva în registrul vulgar. Începând cu felul insistent în care afişează o figură de mafiot al Sudului provensal: un *total black look* de arhitect, fireşte, dar întărit cu atribute sulfuroase, regionaliste: ţigară, ochi întunecaţi, Jaguar. Seducător, ce mai! Şi pe deasupra e şi

76 *Este vorba despre faţada hotelului Fouquet’s Barriere din Paris (n. red.).*

proprietarul unei bărci cu motor, o vedetă *offshore* care devorează motorină, asta dând destul de prost. Trebuie să recunoaştem că, de la Aristotel Onassis, trecând pe la Bernard Tapie şi până la Nicolas Sarkozy, ambarcaţiunile nu au trecere şi că au vocaţia de a suscita răzbunarea populară.

Tehnica reţinută de către Édouard François e o extrapolare critică a ceea se numeşte convenţional *faţadism*. Demersul lui caută să rezolve disputa clasicilor şi modernilor prin distrugerea unor porţiuni întregi de oraş, păstrând pe ici-colo vreo câteva faţade ţinute în picioare cu proptele. Arhitectura se vede redusă astfel la expresia sa exterioară ca o femeie frumoasă redusă la machiaj. Procedeul poartă cu sine negarea arhitecturii fiindcă arta valorează mai mult prin stăpânirea spaţiului decât prin tehnica ambalajului. Prin urmare acest tip de practică e vulgar fiindcă se poartă respectuos cu ceea ce aneantizează. Să te făleşti cu o legitimate pe care mai pe urmă o batjocoreşti înseamnă să fii la limita ei. Dictatori ca Fidel Castro, Robert Mugabe şi Hugo Chavez fac asta cu mult talent.

Atunci când primarul Parisului, Bertrand Delanoë, anunţă că are de gând să ridice turnuri în capitală, el face dovada unei rare îndrăzneli. Numai că prin vocea arhitectului Yves Lyon, cel însărcinat să reflecteze asupra problemei, anunţă de îndată că turnurile vor fi moderate! Ne-am dezumflat. Cam aşa arată arhitectura pe hârtie. Este minciuna vulgară? Oare minte primarul Parisului sau e sincer atunci când jură că vrea ceva ce nu încurajează?

Fără capacitatea de a gândi oraşul în acord cu timpurile lui, ajungi să urmezi o politică de cârpire, adică de faţadism cultural. Aşa s-a petrecut cu bufoneria concursului de la Halles unde primăria Parisului a ales proiectul lui David Mangin făcând însă precizarea că nu-l va realiza. Ne dăm seama în felul acesta că lucrurile

esenţiale sunt utilizate din ce în ce mai des ca simple artificii. Un scenarist, autor al unei piese dramatice, a avut surpriza să-l audă pe producător spunându-i că va face din ea o comedie, fără să modifice povestea. „Nu vă faceţi griji, o să pun o muzică foarte veselă”. Cam acelaşi lucru şi-a imaginat şi primarul Bertrand Delanoë când a crezut oportun să anunţe că platitudinea posomorâtă a viitoarei grădini Halles va fi dinamizată cu artă contemporană.

Asta te face să te gândeşti la acei negustori de maşini care, la curent cu starea deplorabilă a motorului şi îngroziţi de forma bolidului de care vor să se spele pe mâini, vă laudă cu fervoare scaunele cu husă şi ţesătura lavabilă.

Din lipsă de fond se cultivă forma. Se acumulează, se îndeasă cu toptanul. Aşa au ajuns gardurile grădinii Luxembourg propteaua unei invazii de expoziţii cu fotografii etnico-geografice. Câte submediocrităţi s-au perindat până la primul succes, cel al pozelor lui Yann Arthus-Bertrand? Nu putem afirma că senatorii au vocaţia vulgarităţii, dar în spatele dorinţei lor de a restitui poporului gardurile şi de a-şi populariza imaginea de piticanii îndesate e multă manipulare. Şi piaţa Vendôme a avut onoarea de a fi gazda unor orori. Aici mai multe instalaţii artistice au slujit drept vomitiv. Priviţi la operele sculptorului Streubel „scufundate în bronz”, o expresie care rezumă de minune colecţia lui de fecale gigantice. Vai de oraşul Bruxelles, cel care a suportat asalturile acestui fanatic al supergreului! După boala aglomeraţiei din Bruxelles, care a fost pentru Belgia ceva similar cu sfâşierea sistematică a reţelei urbane a Parisului, iată oraşul îngrăşându-se cu soclu după soclu. Se pare că e o maladie destul de răspândită fiindcă şi Moscova suferă de „dărnicia” unui sculptor: pisălogul Zurab Ţereteli, un superstar în propria ţară, amic cu cei mai tari (adică Vladimir Putin şi Iuri Lujkov, primarul Moscovei), care a

făcut „cadou” oraşului său o abominabilă corabie de piraţi ivită din senin în preajma Kremlinului. Acest artist şmecher care se foloseşte de metoda dăruirii monştrilor săi, cu obligaţia ca fericiţii pricopsiţi să dea bani pentru fabricarea lor, a ajuns să ofere până şi oraşului breton Ploërmel o statuie a papei, spre marea nemulţumire a locuitorilor săi. Vulgaritatea celui care nu dă înapoi în nicio situaţie e o lecţie pentru firmele de evacuare.

Arta a pulverizat noţiunea de limită. Astăzi pisoarul lui Duchamp şi cutiile de *Campbell’s Soup* ale lui Andy Warhol sunt, dacă putem spune aşa, expresii rafinate. Azi urâţenia magnum şi vulgaritatea au făcut corp comun. Să ne amintim de statuile uriaşului Moussa şi ale tovarăşilor săi cărate la Paris la deschiderea Mondialului de fotbal din 1998. Şi acum lumea mai râde de ele.

Bietul orăşel Troyes, care şi-a făcut o reputaţie din cârnaţii de porc, a sperat mult să rivalizeze cu oraşele şampaniei, până când a simţit pe pielea sa ce înseamnă o arhitectură ca nuca în perete. Şi-a ridicat o mediatecă de un modernism exemplar, a cărei vedere e ştirbită însă de dosul unei parcări McDonald’s integrate într-o clădire pseudoVendôme făcută parcă pentru pitici. Aşa văd lumea cei care vor să pună cărţile şi cunoaşterea în hangare (ce-i drept, sunt remarcabile şi sunt marca arhitecţilor Lyon şi du Besset) şi *steak*-urile feliate mărunt în cârciuma de provincie. Vulgaritatea îşi cere drepturile prin inversarea, sucirea valorilor. Se proslăveşte fast-food-ul şi se dă la o parte ceea ce e cultură.

Ce să mai spunem de memorialul de la Alsace-Moselle, dedicat omagierii dramei celor înrolaţi fără de voie în armata germană, dar care se prezintă ca un ghiveci, un Walt Disney al nazismului? Un dezmăţ de steaguri cu svastică transformă acest loc al memoriei într-o bodegă gay. Pe lângă faptul că a fost ridicat la Schirmek în faţa lagărului de concentrare Struţhof, ceea ce ridică

deja o problemă, se mai vrea pe deasupra şi festiv, atractiv. Doar trebuie să atragă tinerii! O concurenţă derizorie cu micul ecran, de fapt un ecran peste memorie. Într-un ungher al acestui spectacol se difuzează un film care aminteşte că în 1953 a avut loc procesul alsacienilor complici ai diviziei Das Reich. În vremea aceea, întreaga Alsacie fusese chemată la grevă în semn de solidaritate faţă de copiii săi pierduţi. Când l-am felicitat pe arhitectul François Seigneur pentru locul consacrat acestui document excepţional, a răspuns: „Da, e un filmuleţ destul de simpatic!”

Vulgaritatea se acordă de minune cu amnezia. Trecutul? Mă doare la bască! La Moscova, oraş revizionist, pickhammerele şi buldozerele îşi dau toată silinţa să reducă la mormane de moloz tot ce a putut înălţa constructivismul rus. Tot ce aminteşte de colectivul proletar trebuie să fie aneantizat. E de înţeles, numai că e neliniştitoare această furie de a răzui tot ce poartă marca unei perioade istorice până mai ieri ridicată-n slăvi. Cluburile muncitoreşti ale arhitectului Melnikov au fost denaturate sau abandonate, iar marele hotel Moskva care închidea piaţa Manejului a fost pus la pământ. În timpul masacrului s-au înmulţit fără oprelişti nostalgii ţariste protejate cu sârmă ghimpată şi patiserii high-tech. Pandantul acestei furii revanşarde e spectacolul băieţilor de băieţi care îşi dau în stambă. În fiecare seară, şi la sfârşit de săptămână şi mai mult, mulţimile de biletari se revarsă prin lounge-baruri. Bărbaţii au cap de bodyguard, iar femeile zăngănesc din toate bijuteriile păşind în pantofiori-panteră mozoliţi de zăpadă. Pierderea memoriei e o catastrofă, iar atunci când e asumată este la fel de vulgară ca elogiul unui escroc.

Imprimeul-panteră e o ţesătură destul de utilă: poate lua alternativ virtuţi burgheze sau de curvă. Imortalizată în panteră stând în decapotabila sa, Françoise Sagan aduce

cu o făptură pe jumătate prostituată, jumătate tigresă. Pantera are o folosire interşanjabilă: se îmbracă sau se dezbracă. Olivier Sayard, director de modă la *Arts décoratifs*, afirmă că: „Probabil o tipă burgheză care poartă bluză-panteră vrea să fie mai vulgară şi mai sexoasă. Vulgaritatea stă la pândă, gata-gata oricând să sară. Chantal Thomas a lansat la Pigalle lenjerie de prostituată ducând la extrem atitudinea Chanel care îndrăznise să pună jerseul, haină de muncitor, pe umerii femeilor burgheze. Imprimeul-panteră oferă gustului burghez un plus de bestialitate, de aceea e apreciat de creatorii de modă. În aceeaşi manieră Jean-Paul Gaultier a folosit stofe cu dungi, până atunci apanaj al proxeneţilor marseillezi. Dar, incontestabil, culmea vulgarităţii feline e să te îmbraci în panteră second-hand. Asta dacă lăsăm deoparte taşismul aplicat direct pe piele, care trezeşte la propriu fiara din noi”.

„La casa de modă Balenciaga, zice mai departe Olivier Sayard, Nicolas Ghesquière reia elemente populare pe care le retuşează: puloverele cu imprimeuri cap de câine, identice cu cele purtate de casieriţe în supermarketuri, blănurile de iepure agăţate la bicicletele cu motor, ecou al blănurilor de vulpe pe care le poartă cerşetorii din tablourile lui Bruegel”. Véronique Leroy îi avea de partea sa pe membrii „familiei” Deschiens[77] şi pe cei de la societatea caritabilă Emmaüs, iar un Jean-Paul Gaultier făcea apel la acordeonista Yvette Horner. La polul opus acestora stau fetişiştii latexului, iubitorii de epidermă adezivă care au valorizat vulgaritatea netezimii de moluscă: fotograful Helmut Newton, care ne prezintă doar sexul ras, izgonind granulosul. Helmut Newton şi Guy Bourdin care şi-au constituit un vocabular vizual vulgar unde estetizarea a devenit venală. La Guy Bourdin, o urmă

77 *Les Deschiens, serial de televiziune de mare audienţă în Franţa (n. red.).*

de ruj de buze pe dinţi ajunge o urmă de sânge, semnul vampirului. Fotografia adevărată ar trebui însă să flirteze cu vulgaritatea fără a o captura. E ca şi cum întotdeauna poza şi-ar înnobila obiectul. Aşa a reuşit Martin Parr să elogieze cultura populară britanică, ridicând cartofii fripţi şi maioneza la rangul de heraldică a săracului. Dimpotrivă, vulgaritatea devine ceva sofisticat când începi să o linguşeşti.

MARII CREATORI DE MODĂ ŞTIU LUCRUL ĂSTA. PUTEM VEDEA CÂT DE MULT LE PLACE SĂ SE JOACE DE-A PIRAŢII, SĂ RIVALIZEZE ÎN ATITUDINI VESTIMENTARE ŞI PROVOCĂRI VERBALE. JOHN GALLIANO ŞI-A ŞLEFUIT UN LOOK DE BANDIT: FULAR, BARBUŢĂ, BOCANCI... O ŢINUTĂ DE ŞCHIOP FALS MĂSURÂND ÎNCOACE ŞI ÎNCOLO PODEAUA UNUI GALION EŞUAT LA TROPICE. PRESA A ÎNNEBUNIT DE PLĂCERE. DE FAPT, PIRAŢII DE GENUL LUI SUNT MAI DEGRABĂ NIŞTE CORSARI ANGAJAŢI DE INDUSTRIAŞI MAI BOGAŢI DECÂT O ŢARĂ ÎNTREAGĂ. SUNT OBLIGAŢI SĂ FIE PROPRIILE LOR CARICATURI, SUNT DEVORAŢI DE PROPRIILE PERSONAJE ŞI TREBUIE SĂ SE CONFORMEZE CU ACEASTĂ STARE, ALTFEL NAVELE PE CARE SUNT CĂPITANI LE-AR FI IMEDIAT SCUFUNDATE. DE LA LAGERFELD, RYKIEL, ALAÏA, YAMAMOTO, PÂNĂ LA RIDICOLUL „MONSIEUR DE FURSAC”, TOŢI S-AU PREFĂCUT ÎN BENZI DESENATE. UN CHRISTIAN LACROIX ŞI-A PIERDUT ŞI IMPERIUL, ŞI CASA DE HAINE TOCMAI FIINDCĂ N-A VRUT SĂ JOACE PE VIAŢĂ ROLUL DE ARLESIANĂ A MODEI, DE CROITOR DE CORIDĂ. CU ACŢIONARII NU-I DE GLUMĂ. VULGARITATEA CREATORILOR DE MODĂ E MULT MAI REALĂ DECÂT IEŞIRILE LOR PREFĂCUTE. TOŢI AU UN AER DE ADOLESCENT IMBERB, CEVA DIN JEAN-MICHEL JARRE, ROMANTICUL RĂTĂCITOR PRIN SHOW-URI GRANDIOASE ŞI SUFOCANTE, ARTISTUL PE CARE

PRODUCĂTORUL SĂU NU EZITA SĂ-L NUMEASCĂ „MARGINAL CU PRIZĂ LA MASE”. MARGINAL CU PRIZĂ LA MASE – IARĂŞI UN OXIMORON – IATĂ REŢETA SUCCESULUI DE AZI, POEZIA LA ÎNDEMÂNA ORICĂRUI NEPRICOPSIT. „VREAU UTOPII CONCRETE” PROCLAMĂ ARHITECTUL ROLAND CASTRO, VEŞNICUL CANDIDAT LA PREŞEDINŢIA REPUBLICII. ADICĂ VREA TOTUL ŞI NIMIC, VREA CONFUZIA, ULTIMUL RĂCNET AL VULGARITĂŢII. FOURIER, CARE VOIA SĂ RIDICE FALANSTERE[78] ŞI UTOPII PE PĂMÂNT, E MIC COPIL. „DA, ŞTIU, AR PUTEA ZICE TOŢI ACEŞTIA, NU ÎNSEAMNĂ NIMIC. ŞI CARE-I TREABA TA?... IA MAI DU-TE DRACULUI!” IATĂ MESAJUL FINAL.

MAI BINE SĂ RÂDEM DE EI. VULGARITATEA E ÎNSOŢITOAREA FIDELĂ A RÂSULUI. ÎŞI ŢIN HANGUL, SE HRĂNESC RECIPROC. FIGURA DE PĂCĂLICI A FOTOGRAFULUI GILLES JACOB ÎL AJUTĂ MEREU SĂ IASĂ TEAFĂR DUPĂ CE A CĂLCAT ÎN STRĂCHINI. ÎMBARCAT PE UN IAHT (ÎNCĂ UNUL) CU PRINŢUL ALBERT DE MONACO ŞI SIMŢIND AERUL RĂCOROS ŞI-A PERMIS SĂ SPUNĂ: „DOMNUU, DA CAM MUŞCĂ!” CEEA CE AR FI MERITAT MĂCAR O CHELFĂNEALĂ BUNĂ. DAR ASTA N-A FOST TOT, FIINDCĂ A ADĂUGAT: „OARE FAMILIA GRIMALDI ESTE DE ORIGINE BASCĂ?

— NU, DE CE?

— PĂI, ALBERT E BASC”. OARE E VULGAR?

De-a lungul campaniilor de promovare a propriilor spectacole, Jean-Marie Bigard măreşte cu bună ştiinţă doza de vulgaritate a afişelor: un pletos ascuns în spatele unui sex feminin gigant, apoi un creier strecurat într-un slip de femeie – o alianţă între fructul oprit şi gândire, de fapt o mostră de misoginie unde vulgaritatea are un rol

78 *Asociaţie de producţie şi consum imaginată de socialistul utopic francez Charles Fourier, bazată îndeosebi pe îndeletniciri agricole (n. red.).*

indiscutabil. Fie că le accepţi, fie că îţi provoacă greaţa, afişele lui te lovesc în moalele capului. Nimeni nu scapă. Bigard ştie ce face. Actorul principal al spectacolelor lui e sexualitatea. Când îi pune pe bărbaţi şi femei să cânte separat, când face concurenţă între sexe, publicul său se tăvăleşte pe jos. Vulgaritatea e o curvă care se culcă cu toată lumea. În filmul *Comme la lune* a lui Joël Séria (1976), Jean-Pierre Marielle îşi plasează un agent de vânzări pe culmea vulgarităţii. Când amanta lui, fiica măcelarului din oraş (Sophie Daumier), îi oferă un capot roşu, acesta exclamă mirat în faţa oglinzii: „O! Mişto că ai luat roşu! Deja m-am înfierbântat!” Maşina lui, un GS cu volan îmbrăcat în blană, era prin ea însăşi o partidă de sex. Un CX perfect. Totul e sublim. Anii ’70 sunt cu noi. Un tinerel i-a oferit fetei după care tânjea un tanga şi un salam. Ea a apreciat foarte mult gestul: „De atunci suntem împreună”. Practica pare a fi destul de răspândită: iată, de exemplu, pe un altul oferindu-i prietenei lui o ceaşcă pe fundul căreia o tipă desface picioarele. „Sincer, tânăr, fresh”. Dar cine ştie, poate ar trebui să admitem că vulgaritatea este o formă de protecţie, o formă de politeţe, o manieră de a ţine la distanţă, de a-şi ascunde ruşinea? O faţadă? O brutalitate născută din jenă? Căci tinerii se tem de emoţii, dispreţuiesc romantismul la fel cum îl dispreţuiesc pe intelectual şi tot ce percep drept inaccesibil. Intelectualul îi exasperează atât pe ignoranţii de sus, cât şi pe cei de jos, pe toţi inculţii. Ştie prea mult şi e incomprehensibil. Vorbeşte în jargon. E o ţintă pentru caricaturişti. Se ştie că cea mai bună apărare e atacul, prin urmare să facem loc salamului. Oricât am vrea să credem asta, există un lucru care poate fi confirmat de toţi profesorii: între preadolescenţi, prin telefoanele mobile circulă ceva de o cruzime cu greu imaginabilă de către părinţi. Filmele *trash* ultraporno sunt monedă curentă, cu mult mai răspândite decât violenţa.

Adulţii şi-au înlăturat propriile inhibiţii plonjând cu un deliciu susţinut de mass-media în voga jucăriilor erotice. Spoită cu pseudorevendicarea libertăţii sexuale, moda joacă totul, să recunoaştem, pe cartea *sex*. Stilul bling-bling e la modă. Tot ce atârnă e binevenit: chei la centură tip paznic un pic gay „Village People”, mobil la şold gen agent de vânzări ca substitut al colţului, fie în versiune feminină sau gangsta rap sau, mai bine, plasat în decolteu ca să vibreze între sâni, ori chiar mai jos, în buzunar, întocmai ca o jucărie erotică. Şi rozul îmblănit: după câteva colecţii, Nathalie Rikyel s-a văzut propulsată marea preoteasă a cultului popoului, a budoarului pentru „înalta” clasă.

Jucăria erotică e ca o maşinuţă. Un mod de a zburdălnici în vulgaritate e infantilizarea. Copilul are toate drepturile. Prin urmare să regresăm! Universul capătă deodată culori ţipătoare ieşite din borcanele de vopsea: roz şi albastru-închis. E cool, e haios. Trăiască ecologia bubble-gum! Între coapsa rozalie a nimfei şi violetul pliurilor tainice să atârnăm toate jucăriile sexuale! Ceva auzit la Fécamp în faţa unei tonete de îngheţată şi gaufre, unde copiii încercau să se aşeze în faţa adulţilor: „Am zis o dată pentru totdeauna: ţâncii la coadă ca toată lumea!”

Când arhitectul Frank Gehry, viitorul proiectant al fundaţiei Guggenheim din Bilbao, a avut de desenat un chioşc pentru hamburgeri, i-a dat în final forma unui… hamburger gigant. El se plasează astfel pe linia artistului Claes Oldenburg care ridica la nesfârşit cârlige de rufe şi ciocane de talie monumentală. Pentru această clădire mică, Frank Gehry a primit o suită întreagă de comentarii dure rezumate de următoarea reflecţie acidă: „Ce bucurie că nu era vorba de un magazin de prezervative!”[79]

79 *Două glume evreieşti ilustrează această polemică. Un tip caută cu disperare un rabin care să-l circumcidă pe fiul său nou-născut. I se semnalează unul pe strada Jaffa, la numărul 134. Aleargă într-acolo, dar*

Măiestria cu care reclamele fac uz de moda *trash* confirmă cât de utilă e vulgaritatea. E un instrument care se adresează tuturor, care trece dincolo de toate barierele sociale. Vulgaritatea e cu autoservire şi pe gratis, ca aerul, aşa că serviţi-vă! Frédéric Beigheder, creatorul campaniei Wonderbra, a şi demonstrat-o. O Eva Herzigova, vampă cu sânii explozivi, fixa ţinta, adică pe noi, cu faţa şi gura subliniate de un imperativ sado-masochist: „Priviţi-mă în ochi! În ochi am zis!” Am putea cita tot din Wonderbra: *I can’t cook but who cares*. De altfel, campania a jucat fără jenă pe cartea sexismului cu dublu tăiş: o femeie trebuie să ştie să gătească şi să facă sex. Un bărbat s-ar putea dispensa mult mai uşor de prima calitate decât de a doua. Şi alte reclame uzează de aceleaşi resorturi: Sloggy cu femeile sale în chiloţi agăţate de barele de striptease, Weston şi cizma care apasă pe trupul unei femei goale. Iată ceva ce poate să trezească furia asociaţiilor feministe, cum de altfel s-a şi întâmplat. „Vulgaritatea permite batjocorirea imaginii cerute femeilor”, spune Mercedes Erra, preşedintele mondial al agenţiei publicitare Euro – RSCG. Şi adaugă cu o francheţe destul de dezarmantă: „Eu nu am nimic de manechin şi totuşi îmi pun short sau fustă mini şi ştiu ce crede lumea despre mine”.

Nuditatea e la ea acasă în publicitate. O femeie goală şi o poşetă, o femeie goală cu un ceas, o femeie goală şi o

---

la adresa aceea se afla o ceasornicărie. Mai verifică adresa, ezită şi în disperare de cauză intră pe uşa magazinului. „– Scuzaţi-mă, zice, caut un domn care face circumcizii.”, „– Aici este, îi răspunde tipul de după tejghea.”, „– Aici? Dar ce-i cu toate ceasurile din vitrină?”, „– Asta-i bună! Dar ce-aţi fi vrut să punem în ea?” De aici vine şi al doilea banc: Un tip intră într-un magazin de cravate. „– Bună ziua! Aş vrea să cumpăr cravata aceea roşie cu picăţele albe.”, „– Nu-i de vânzare.”, „– Aaa... nu? Bine, atunci pe aceea albastră cu steluţe.”, „– Nici aia nu-i de vânzare.”, „– Bine, dar...”, „– Aici nu vindem cravate.”, „– Cum nu vindeţi cravate? Dar ce-i aici?”, „– Aici e ceasornicărie.”, „– Bine, dar ce-i cu toate cravatele astea din vitrină?”, „– Şi care-i problema? Ştiţi bine ce-ar fi zis lumea dacă puneam ceasuri!”

maşină sau un avion. Adriana Karembeu poate fi regăsită în portjartier pe fuzelajul unui avion de mărfuri al companiei low-cost Sky Europe, având în plus pe furou sloganurile: „Stilul nu e o chestiune de bani” şi „Sky Europe, prima companie aeriană la modă”. Aici e marea putere a vulgarităţii: e accesibilă oricui fiindcă e motorul plăcerii. Pentru unii giganţi ai luxului, femeia din reclamă trebuie întotdeauna să stea în patru labe. Prin urmare putem identifica mesajul. Frumoasa şi bestia plus accesoriul. Dior a recurs sistematic la imagini *trash* din registrul provocării. Provocarea însă nu e gratis, ci destul de costisitoare. Carnea la standard 90, 60, 90 de obicei e scumpă.

ÎN ANII ’70, PUBLICITATEA REXONA UMPLUSE ECRANELE CU: „NASUL ÎMI ZICE CĂ E ORA CINCI”. O TEHNICĂ SALVATOARE E SĂ COMBAŢI VULGARITATEA CU VULGARITATE. TREBUIE, DACĂ N-AI ÎNCOTRO!

„Să dai comenzi înseamnă să priveşti în ochi când vorbeşti” zicea Napoleon. Imaginea transportă vulgaritatea cu viteza luminii. Flash-ul vulgar e imparabil.

Revista satirică *Charlie Hebdo*, reprezentativă pentru vulgaritatea deşucheată a stângii, e lipsită de ambiguitate. Ţinta e anunţată de la bun început, la fel ca în benzile desenate ale lui Reiser, Willem ori Villemin, unde vulgaritatea umple toate bulele. Crumb, un papă al contraculturii până mai ieri, a schiţat aici non-stop femei obeze şi orgii. Se poate întâmpla ca vulgaritatea asumată să devină elegantă. Înşelătoria este cea care desfigurează.

Spectacolul lui Laurent Gerra, *Laurent Gerra flingue la telé*, comportă anumite părţi vulgare pe faţă. Când un pseudoLéon Zitrone descrie o escapadă princiară la Curtea Angliei în stilul unui derby hipic: „Iar acum măritata cu pălăriuţă şi cu tanga vărgat…”, nu se neglijează nimic din detaliile ginecologice. Dar e trecut cu vederea fiindcă, aşa

cum remarca şi Olivier Mongin în lucrarea lui despre râs[80], tensiunea scenă-sală e de factură democratică. Dacă sala nu râde, comediantul a încurcat-o, fiindcă spectatorii din faţa actorului trebuie luaţi în serios. Acelaşi scheci însă, difuzat la TV, cade de îndată în vulgaritate fiindcă se impune spectatorului fără să-i lase posibilitatea de a-şi exprima adeziunea sau aversiunea faţă de autor. În vulgaritate sunt în joc democraţia şi noţiunea de limită în aceeaşi măsură. Să o treci cu forţa înseamnă să violezi intimitatea publicului, să-l constrângi, să-l forţezi, să-l calci în picioare.

Concluzie

Libertate, egalitate, vulgaritate

Fiecare dintre noi crede că într-un moment sau altul e cazul să-l eticheteze drept „vulgar” pe vecinul de masă, pe Spice Girls sau pe Nicolas Sarkozy, fiindcă e o judecată care ne e, fără-ndoială, utilă. De ce? Pentru că fiecare dintre noi are o nevoie recurentă de a se distinge de alţii. Bogatul şi săracul au acelaşi scuipat, nici portretele lor împroşcate nu sunt altfel. Prin urmare, fie că doar constatăm vulgaritatea, fie că o denunţăm, tocmai existenţa principiului vulgarităţii îi permite fiecăruia să-şi deseneze conturul, să se distingă de alţii fără a şti prea mult nici de ce nici prin ce. A spune: cutare sau cutare e vulgar înseamnă mai întâi să afirmi că tu eşti mai puţin aşa, adică nu eşti deloc. E încă manieră de a proiecta, de a respinge la celălalt ceea ce te temi că eşti. Trebuie să găsesc un duşman ca să exist, ca să mă „purific”. Vulgarul stă în raza privirii. Printr-un efect de oglindă, el poartă, de fapt, o judecată asupra propriului sine. „Eu, cel care vă

80 *Olivier Mongin, Éclats de rire. Variation sur le corps comique, essai sur les passions démocratiques III, Seuil, Paris, 2002.*

vorbeşte, eu nu sunt ca ăla, atât de vulgar”. Prin urmare nu exagerăm nicidecum importanţa vulgarităţii. Într-o societate lipsită de repere care îşi învălmăşeşte codurile şi ierarhiile, fiecare încearcă să scape de angoasa masei atribuindu-şi un loc, fiecare caută să se plaseze în curentul sau mocirla opiniei. Vulgaritatea te ajută fiindcă e un soi de limită, un hotar, un zid peste care sari sau în faţa căruia te dai înapoi. Aşadar nicio clipă fără securea ascuţită a judecăţii! Cutare tipă e într-o minijupă de blugi ruptă? Vulgar! Cutare individ îşi mănâncă sandviciul cu gura deschisă? Vulgar! Nu ştiu care afacerişti în costume *trois*-pièces se târguiesc la nota de plată şi se uită cu coada ochiului la chelneriţă? Vulgar! Alţii care fac paradă în faţa camerelor de filmat? Vulgar la culme! Încercaţi să întrebaţi pe cutare sau pe cutare ce înţeleg ei prin vulgar. Le va fi greu să vă spună, dar n-are importanţă, pentru că vulgaritatea înseamnă mai întâi să iei distanţă, să fii tu însuţi vulgar sau să-l acuzi pe altul de asta. Punere la distanţă, luare de distanţă, respect al limitelor, acţiune profilactică… Paradoxal, în sensul acesta vulgaritatea e şi o formă de politeţe.

ÎN ORICE CAZ, TOATE PROCESELE IDENTITARE SE BAZEAZĂ PE RUPTURĂ. TREBUIE SĂ TE COMPARI ŞI SĂ TE SEPARI. UNIREA CÂTORVA SE ÎNDEPLINEŞTE ÎN SENSUL EXCLUDERII ALTORA. SEMNALIZAREA SAU CĂUTAREA VULGARITĂŢII E PRIN URMARE O ARMĂ CU DUBLU TĂIŞ. EA AUTORIZEAZĂ PE FIECARE SĂ SE ÎNCHIPUIE LA O PARTE ŞI, ADESEA, MAI PRESUS DE CEILALŢI, CEI LUAŢI ÎN VIZOR. EA EXPRIMĂ ÎN FELUL ACESTA O PULSIUNE DE RESPINGERE. UTILITATEA CONSTĂ CHIAR ÎN ACEASTĂ DEFINIRE DE SINE ÎN DETRIMENTUL ALTUIA. PRIN EXCESUL ŞI REAUA SA CREDINŢĂ, EA E ÎNTOTDEAUNA LA LIMITA RASISMULUI, A XENOFOBIEI, SEXISMULUI, A PUNERII SUB NAS A SENTIMENTELOR, COMPLEXELOR DE

SUPERIORITATE PRECUM ŞI A FRICII.

Să ne mai gândim şi că prăbuşirea valorilor de stânga a antrenat naufragiul popularului. Din lipsă de *proletari*, de restaurante muncitoreşti, de haine de serviciu, zeflemea de meşter, tărtăcuţe de gestionar agricol, a trebuit să găsim un substitut: masele vulgare. Erzaţ al popularului, vulgarul umple un vid. Odinioară dispreţuiam şi respingeam o persoană din „clasa de jos" din cauză că se trăgea din „popor" şi din „săraci". Azi aşa ceva se petrece de obicei fiindcă o considerăm vulgară. Pe atunci o ţineai la distanţă strâmbând din nas ori întorcând privirea. Jegul duhnea. Astăzi e sclipitor. Vechile reflexe de burghez ieşite din Evul Mediu, distincţia egală cu discreţia, sunt încă ancorate foarte adânc în noi. Reflexul e pavlovian. Reticenţa elitelor faţă de vulgarizarea culturală, un instrument de diluare a cunoaşterii, naşte ranchiuna şi ostracizarea. Tipesa de azi cu strasuri şi tatuaj pe bazin e pentru ei vulgară, pe când scutul cu blazon de pe timpuri era altă treabă! Şi totuşi chiar *Divina Comedie* a lui Dante a consacrat limba vulgară (adică italiana), deschizând calea Evului Mediu către era modernă. Prin urmare, vulgaritatea e un pragmatism total lipsit de iluzii în vreme ce noi afişăm sau denunţăm ceva ce a dispărut, dorind în fond să fie permanent. Lumea nu mai e codificată sau mai precis codurile se preschimbă cu viteza luminii. Argou, grafitti, tribalism, jargon tehnic… Turmele sociale se amestecă. Iar asta ne displace. Mulţimile populare uriaşe, unde negro-alb-arabii sar împreună pe capotele maşinilor, au viaţă scurtă. Într-o lume flexibilă nu serveşte la nimic să stai drept, numai că atunci când pământul îţi fuge de sub picioare, când moravurile te înlănţuie de alţii şi te oprimă, e de bun augur să le respingi. Un pogo cu punkerii? Nu, mersi. O bericică după meci? Nu, mersi. O şampanie la Fouguet's? Nu, mersi! Falşii prieteni, grăsuţa cu haine din lamé mulate şi top-modelul rău de gură şi cochet se

dispreţuiesc în egală măsură.

AICI INTERVINE AL DOILEA PUNCT DE INTERES AL PRINCIPIULUI VULGARITĂŢII: EL AUTORIZEAZĂ STABILIREA DE COEZIUNI UMANE ATÂT LA MAI RĂU, CÂT ŞI LA MAI BINE. CĂCI DACĂ LA ÎNTREBAREA PRIVITOARE LA CEEA CE NE APROPIE MAI MULT PE UNII DE ALŢII INVOCĂM ÎN PRIMUL RÂND GUSTURILE COMUNE: PASIUNEA PENTRU CINEMA, PENTRU MUZICA TEHNO, PENTRU DISCUŢII POLITICE SAU BUCĂTĂRIA CHINEZĂ, TOTUŞI AR FI MAI AVANTAJOS DACĂ AM FACE MAI ÎNTÂI O LISTĂ CU CEEA CE DETESTĂM. AVERSIUNILE ÎMPĂRTĂŞITE NASC PRIETENII: PICTURA LUI JOUY, FILMELE LUI BERGMAN, ARNAUD MONTEBOURG, ALAIN JUPPÉ, ISLAMUL SAU SECTA MOON. CÂTE SENTIMENTE DE URĂ N-AM PUTEA AŢÂŢA ÎMPREUNĂ!

Interesul moral al vulgarităţii e că îţi permite şi să te porţi „rău” faţă de codurile în vigoare afirmate ori implicite, să fii rebel în oarecare măsură, inclusiv faţă de cei rebeli cu forţa. Să judeci, să condamni, să deteşti într-o lume care glorifică respectul opiniilor, al tuturor poziţiilor, care se sprijină pe pseudoegalitatea oricui şi a orice – iată ceva ce te revigorează. Să nu fim atât de naivi încât să nu vedem că societatea îşi pofteşte afară elitele, moştenitorii, chiar dacă aceştia mai strâmbă din nas. Îţi poţi oferi aşadar măcar plăcerea de a face scandal împotriva consensului egalitar, acest ecran de fum aruncat peste disparităţile sociale. Atunci da: a spune despre cutare că „e vulgar, e vulgară” înseamnă să îndrăzneşti să aperi valori, să privilegiezi un fel de a se comporta mai degrabă decât altul şi să-l consideri pe acest altul detestabil şi vătămător. Avem aici o viziune pozitivă asupra principiului vulgarităţii, care caută în neplăcuta presiune a „vulgarocraţilor” o frână împotriva conformismului, deşi trebuie să recunoaştem că toată lumea se foloseşte de

vulgaritate şi-şi găseşte în ea desfătarea. Şi chiar dacă puterea politică de azi ar fi peste măsură de „aproape de oameni”, vom putea găsi în vulgaritate o formă de condamnare a ipocriziei tradiţionale care vrea să mascheze averile şi clanurile. Să îndrăznim atunci formula: „Mă doare undeva că e vulgar!” E decontractantă, libertară… deşi anxiogenă. Însă dacă libertatea de gândire trebuie să implice o relaxare, atunci ne cuprinde o oarecare nelinişte, ca odinioară pe Germaine de Staël. Totuşi anihilarea vecinului nu e chiar trăsătura vieţii sociale?

Să tragem linie. A scrie despre vulgaritate înseamnă a voi să dai cuvântul tuturor celor care nu îndrăznesc să-l ia de teama de a nu fi taxaţi drept vulgari. Înseamnă să accepţi să duci în spate un subiect care te-mpovărează, ca orice trudă care îşi umbreşte aureola cu sudoare, să treci drept proletar.

Vulgaritatea înseamnă îndrăzneală, bravadă. „Vulgaritatea, spune o tânără elegantă, e necesară ca piperul pentru stridii şi lămâia pentru scoici…”, după care adaugă: „Orice fată trebuie să înveţe să faci pipi între maşini”. Adică vulgaritatea e o nevoie naturală. Să spunem răspicat: vulgaritatea e utilă pasiunilor democratice. Ea permite tuturor să se afirme, să se manifeste, să facă proastă impresie, iar adesea să calce în străchini. Ba chiar putem mânui vulgaritatea pentru a o combate mai uşor, aşa cum odinioară se agita drapelul roşu în China lui Mao pentru a combate drapelul roşu. Vulgaritatea e simultan o cârpă şi-un drapel.

Patru definiţii

Vulgar, adjectiv şi substantiv (< lat. *vulgaris* şi *vulgus*):

1. Din secolul al XIV-lea până în cel de-al XIX-lea desemnează ceea ce se află în uzanţa generală a societăţii, ceea ce nu se distinge cu nimic, obişnuitul. *Vulgarul* este omul de rând.

2. Din secolul al XIX-lea *vulgarul* califică obişnuitul şi lipsa de delicateţe şi de elevaţie.

3. Astăzi sensul e peiorativ, iar adjectivul a deposedat substantivul. Trebuie să fii snob ca să vorbeşti despre *vulgar* desemnând individualitatea.

Vulgaritate, substantiv (< lat. *vulgaritas*):

1. Mulţimea (1495).

2. În secolul al XVI-lea, când e folosit la plural (vulgarităţile), semnifică lucruri triviale, prozaice.

3. Apoi dispare din dicţionare până în 1795/1800. Desemnează atunci absenţa distincţiei şi a delicateţii. Începând cu 1853 sensul peiorativ se extinde neîncetat şi se menţine şi astăzi. În secolul XXI e mai puţin obişnuit să se vorbească despre vulgarităţile acestei lumi (se preferă termenul trivialităţi), ci mai degrabă despre vulgaritatea lucrurilor, a oamenilor, a situaţiilor.

Popular, adjectiv (< lat. *popularis*, apoi de la *populeir*, secolul al XII-lea): Care aparţine poporului, propriu poporului, se adresează poporului, vine din popor, îi place. *Popularul* se referă la popor.

Limită, substantiv (< lat. *limes*) datat din 1335: linie care separă două terenuri sau teritorii vecine, parte extremă unde se termină o întindere, capăt extrem al unui spaţiu de timp, punct care nu trebuie depăşit, posibilităţi extreme (atunci când e folosit la plural). *A fi la limită*: cu greu acceptabil. Fiinţele *border line* atrag şi neliniştesc.

Test – Sunteţi sau nu vulgar?

Calculaţi-vă gradul de vulgaritate.

Răspundeţi cu sinceritate:
1) Vulgar?
a. Da, te crezi destul de vulgar.
b. Nu, dar, într-adevăr, visezi să fii vulgar.
c. Nu, dar alţii te consideră vulgar.
2) Pentru tine, Coasta de Azur:
a. E vulgară.
b. Nu e vulgară.
c. Nu mai e vulgară.
3) Culmea vulgarităţii este:
a. O maşină germană cu claxon italian.
b. O maşină italiană cu o femeie la volan.
c. O maşină engleză înmatriculată în ’93.
4) Pentru tine, o bijuterie veritabilă e neapărat:
a. Din argint.
b. Din aur.
c. Cu diamante.
5) Ceasul tău e:
a. Un Swatch din aluminiu imitaţie Rolex.
b. Un Rolex fals made in China.
c. Un Chanel J12 cu brăţară de titan albă.
6) Îţi punctezi propoziţiile cu:
a. Nu-i aşa?
b. E clar.
c. Curvo!
7) În concediu:
a. Te instalezi la amicii de la Ramatuelle.
b. Campaţi pe coasta Azay-le-Rideau.
c. Te întorci la cabana ta de la Gstaad.
8) Felul tău de mâncare preferat este:
a. Pizza.
b. Cuşcuş.

c. Cap de viţel.
9) Garnitura ta preferată este:
a. Fasolea păstăi.
b. O fetiţă nu foarte sălbatică.
c. Pernuţe din latex.
10) Visezi să te căsătoreşti în:
a. Limuzină stretch.
b. Elicopter.
c. 2CV.
11) Dacă îţi cade părul:
a. Te razi bec gen Barthez.
b. Îţi faci implanturi.
c. Treci la epilarea cu laser a capului şi trupului.
12) Nota de plată e pe masă:
a. Plăteşti ca să termini mai repede.
b. Împărţiţi nota fiindcă sexele au drepturi egale.
c. Îi spui să plătească datoria în natură mai târziu.
13) Porţi fustă:
a. Mini.
b. Până la glezne.
c. Despicată până la gât.
14) Ai câştigat o Lada la festivalul berii:
a. O vinzi cât ai zice peşte.
b. O bagi într-un copac.
c. Îi tragi imediat nişte jante mari.
15) Gigoloul tău îţi oferă, la alegere, să-ţi umfli:
a. Sânii.
b. Fesele.
c. Sânii şi fesele.
16) Eşti un mare amator de plastic. Visezi la:
a. O păpuşă gonflabilă în sfârşit pe mărimea ta, dacă aşa ceva există.
b. Un salon retro ’60 Barbarella la periferia Faubourg-Saint-Antoine.
c. Să falimentezi jandarmeria din Corte.

17) Îţi decorezi apartamentul:
a. Stil bar de noapte din Dubai.
b. Gen safari în Tanzania.
c. Salon Emmaüs.
18) În timpul unui prânz de afaceri pui:
a. Coatele pe masă.
b. Picioarele pe masă.
c. Testiculele pe masă.
19) Wallpaperul monitorului tău este:
a. Fotografia partenerei de sex.
b. Fotografia căţelului făcând sex.
c. Fotografia ta.
20) Când copiii tăi te calcă pe nervi:
a. Le aplici câte un Scream14.[81]
b. Îi iei la palme.
c. Chemi asistenţa socială.
21) În urma unor prânzuri de afaceri ai cam pus burtă:
a. Treci imediat pe blugi cu talie joasă ca să te simţi mai în largul tău.
b. Sari direct la şpriţuri.
c. Dai vina pe alimentele modificate genetic.
22) În sfârşit ţi s-a propus să devii agent de vânzări în electrocasnice:
a. A picat bine, întotdeauna ţi-au folosit jucăriile erotice.
b. A picat chiar foarte bine; chiar voiai să-ţi schimbi robotul multifuncţional „colţunaşi-tarte-fursecuri”.
c. Super! De când erai foarte mic ai visat să îţi pârleşti degetele testând prăjitoare de pâine.

Rezultate:

1) A1, B_3, C_2

81 *Pantofi cu toc ascuţit din metal (n. red.).*

2) A_2, B_3, C1
3) A1, B_3, C_2
4) A1, B_2, C_3
5) A_2, B1, C_3
6) A_3, B_2, C1
7) A_3, B1, C_2
8) A_2, B1, C_3
9) A_3, B_2, C1
10) A_3, B1, C_2
11) A_2, B1, C_3
12) A_2, B_3, C1
13) A_3, B1, C_2
14) A_3, B_2, C1
15) A1, B_3, C_2
16) A_2, B_3, C1
17) A1, B_2, C_3
18) A_2, B_3, C1
19) A1, B_2, C_3
20) A_2, B_3, C1
21) A_3, B1, C_2
22) A1, B_3, C_2

Rezultatele testului şi comentarii

1) Ai de la 23 la 30 de puncte. Eşti la limita vulgarităţii.

Bineînţeles că te tentează vulgaritatea nudă. La fel cum odinioară te atrăgeau la nebunie călătoriile spre Indii, dâra de coca, tanga şi decapotabila… dar nu mai ai tupeul. Astea sunt şarmul şi şansa ta. Mai ai încă totul de descoperit. Şi la propriu, şi la figurat. Epoca îţi surâde.

2) Ai de la 31 la 55 de puncte. Eşti vulgar.

Ei bine! Asta e! Eşti provocator, chiar un pic murdar. Mădoarencotist, tare şi deşucheat pe alocuri, adică îţi asumi condiţia umană. Nu putem decât să te felicităm.

Vremurile actuale sunt de partea ta. Dacă o bandă de puşcăriaşi vrea să-ţi ia pistolul, lasă-i. Du-te cu ei – vei deveni cunoscut! Cu siguranţă n-o să vă plictisiţi împreună…

3) Ai de la 56 la 66 de puncte. Eşti vulgarisim.

Ca să fim sinceri, e naşpa. Întinzi coarda şi sari calul cam mult. Apropiaţii se plâng, amicii s-au dus, iar ăia care au rămas, sincer vorbind, nu prea sunt crema. Adopţi din greu atitudinea vulgară. Eşti dincolo de orice limită, nefrecventabil. Ar trebui să mai laşi sistemul să se răcească, altfel o să sari de pe fix.